

**ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS
TILITOIMISTO EILA SÄKKISELLE**

Eija Kela

Opinnäytetyö
Kaupan ja kulttuurin koulutusala
Liiketalouden koulutusohjelma
Tradenomi (AMK)

2016

Kaupan ja kulttuurin koulutusala
Liiketalouden koulutusohjelma
Tradenomi (AMK)

Tekijä	Eija Kela	Vuosi	2016
Ohjaaja	Marita Wahlroos		
Toimeksiantaja	Tilitoimisto Eila Säkkinen		
Työn nimi	Asiakastyytyväisyystutkimus Tilitoimisto Eila Säkkinelle		
Sivu- ja liitemäärä	45 + 10		

Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää Tilitoimisto Eila Säkkinen asiakkaiden tyytyväisyys toimiston tarjoamiin palveluihin. Tarkoituksena on myös saada tietoa siitä, kuinka kehittää toimiston palveluita ja toimintaa tulevaisuudessa.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa tarkastellaan taloushallintoalaa ja tilitoimistopalveluja sekä asiakastyytyväisyyteen kuuluvia asioita. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena käyttäen sekä sähköistä että paperista kyselylomaketta. Asiakastyytyväisyyskysely lähetettiin 74:lle tilitoimiston yritysasiakkaalle. Muistutusviesti lähetettiin kaksi kertaa ennen vastausajan päättymistä, jotta vastausprosentiksi saatiin 54 %.

Kyselyn tulokset käsiteltiin Webropol -ohjelmalla, jonka avulla tulokset muutettiin graafisiksi kuvioiksi. Asiakastyytyväisyyskyselyn tulos osoittaa, että asiakkaat ovat tyytyväisiä tilitoimiston toimintaan kaikilla osa-alueilla. Tuloksissa näkyvät pitkään kestäneet asiakassuhteet sekä yleinen tyytyväisyys toimiston tarjoamiin palveluihin. Henkilökunnan palvelualltius, yhteistyön joustavuus ja sujuvuus sekä toimiston ilmapiiri ovat asiakkaiden mielestä erinomaisia. Tutkimus antoi myös aiheita tilitoimiston palveluiden ja toiminnan kehittämiseen. Toiveita esitettiin lähinnä ohjauksen ja neuvonnan osalta.

Avainsanat

tilitoimisto, asiakastyytyväisyys, asiakaskokemus, tutkimus, kysely

School of Business and Culture
Bachelor of Business Administration

Author	Eija Kela	Year	2016
Supervisor	Marita Wahlroos		
Commissioned by	Tilitoimisto Eila Säkkinen		
Subject of thesis	Customer satisfaction research for an accounting company, Eila Säkkinen		
Number of pages	45 + 10		

The purpose of this study is to examine customers' satisfaction of Eila Säkkinen's accounting company. This study also aims to find out how to develop the office's services and operations in the future.

The theoretical part deals with the field of financial management and services of accounting company as well as customer satisfaction generally. This research was carried out as a quantitative study using both electronic and paper questionnaire. The questionnaire was sent to 74 company customers. In order for the response rate to reach 54 percent, a reminder message was sent twice.

The results were handled by Webropol and modified into diagrams. The results show that the customers are satisfied with the office's services and operations. Long-lasting customer relationships and general satisfaction with office's services are seen in the results. Personnel's helpfulness, collaboration's flexibility and fluency as well as office's atmosphere are excellent in customer's mind. The respondents also gave suggestions for improvement, mainly concerning guidance and counselling.

Key words firm of accountants, customer satisfaction, customer experience, research, inquiry

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
1.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelma	6
1.2 Tutkimusmenetelmät ja niiden perustelu.....	6
1.3 Tutkimuksen eettisyys.....	7
1.4 Tutkimuksen luotettavuus	8
1.5 Case: Tilitoimisto Eila Säkkinen	9
2 TALOUSHALLINTOALA JA TILITOIMISTOPALVELUT	10
2.1 Taloushallintoalasta yleisesti	10
2.2 Tilitoimistopalvelut	11
3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS	13
3.1 Palvelu ja palvelukokemus.....	13
3.2 Palvelun laatu ja laadun ulottuvuudet	14
3.3 Asiakkaan odotukset.....	15
3.4 Asiakaskokemus	16
3.5 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen	18
4 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS TILITOIMISTOLLE	20
4.1 Tutkimuksen tausta ja toteutus	20
4.2 Tutkimuksen tulokset	21
4.2.1 Asiakkaiden taustatiedot	21
4.2.2 Tilitoimistopalvelut	25
4.2.3 Kirjanpidon raportit	31
4.2.4 Muut asiat.....	34
5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA	38
5.1 Tutkimustulosten johtopäätökset	38
5.2 Pohdinta.....	40
LÄHTEET	43
LIITTEET	45

1 JOHDANTO

Asiakkaiden tyytyväisyys on yrityksen yksi tärkeimpiä mittareita, joka kertoo yrityksen menestymisestä nyt ja tulevaisuudessa (e-conomic 2012). Asiakkaat ovat nykypäivänä yhä vaativampia ja odottavat yrityksiltä hyvää, elleivät jopa erinomaista palvelua. Tämä asettaa yrityksille haasteen vastata jokaisen asiakkaan omiin yksilöllisiin tarpeisiin sopivalla palvelu- tai tuoteratkaisulla. Kun asiakkaiden tarpeet huomioidaan ja heidän palautteeseensa reagoidaan, on yrityksellä käsissään merkittävä kilpailuetu muihin alalla toimijoihin nähden (Yritys-Suomi 2011).

Kun ajattelen asiakastyytyväisyyttä omalla kohdallani, haluan saada selkeää, nopeaa ja ystävällistä palvelua. Se tarkoittaa sitä, että asia saadaan kerralla kuntoon eikä minun tarvitse odottaa liian kauan. Jos asiaa ei saada sillä kerralla ratkaistua, toivon, että minulle kerrotaan selkeästi, milloin asia tullaan ratkaisemaan ja kenen toimesta. Asiakaspalvelijan ystävällinen ja palvelualtis asenne vaikuttaa erittäin paljon asiakastyytyväisyyteen kohdallani. Jos ajatellaan näitä näkökohtia, niin tilitoimistojen asiakastyytyväisyys perustuu myös nopeuteen, selkeyteen ja asiakaspalvelijan asenteeseen.

Tämän opinnäytetyön aiheeksi valikoitui asiakastyytyväisyyskyselyn tekeminen asuinpaikkakuntani tilitoimistolle. Suoritin ammatillisen harjoitteluni kyseisessä tilitoimistossa kevään 2016 aikana ja tuntui luonnolliselta tehdä opinnäytetyö toimeksiantona juuri kyseiseen yritykseen. Tilitoimiston omistaja oli erittäin innostunut kyseisestä aiheesta, sillä se tulisi antamaan yritykselle arvokasta tietoa asiakkaiden tyytyväisyydestä yrityksen tarjoamiin palveluihin ja mahdollisia viitteitä siitä, miten toimintaa voisi kehittää tulevaisuudessa.

1.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelma

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää mahdollisimman totuudenmukaisesti ja luotettavasti tilitoimiston asiakkaiden tämänhetkinen tyytyväisyys tilitoimiston tarjoamiin palveluihin sekä saada tietoa mahdollisista kehittämiskohteista. Asiakastyytyväisyyskyselyn tekeminen kyseiselle tilitoimistolle on ajankohtainen ja tarpeellinen sen vuoksi, että sellaista ei ole yritykselle aikaisemmin tehty. Tutkimuksen tulokset antavat yritykselle arvokasta tietoa asiakaspalvelun nykytilasta ja asiakkaiden tyytyväisyydestä yritykseen. Tulosten perusteella tilitoimiston omistaja voi ryhtyä tarvittaviin toimenpiteisiin asiakastyytyväisyyden parantamiseksi, mikäli tutkimustulokset niin osoittavat.

Tässä tutkimuksessa halutaan ratkaista yrityksen epätietoisuus siitä, ovatko asiakkaat tyytyväisiä tilitoimiston tarjoamiin palveluihin ja asiakaspalveluun. Tutkimuksen pääkysymyksiksi muodostuivat: Mitä asiakastyytyväisyys on? Miten tyytyväisiä asiakkaat ovat tilitoimiston tarjoamiin palveluihin?

1.2 Tutkimusmenetelmät ja niiden perustelu

Tutkimusta voidaan tehdä kahdella tavalla, kvalitatiivisella eli laadullisella tai kvantitatiivisella eli määrällisellä menetelmällä. Käytettävä menetelmä riippuu paljon tutkittavasta ilmiöstä. (Kananen 2011, 12.)

Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus etsii tuloksia tutkimusongelmaan siten, etteivät määrälliset tai tilastolliset menetelmät rajoita tutkimusta. Laadullisessa tutkimuksessa ei myöskään tehdä yleistyksiä vaan ilmiötä pyritään ymmärtämään syvällisemmin. Tällöin tutkittavien kohteiden määrä ei tarvitse olla suuri, sillä jo muutamasta havaintoyksiköstä saadaan hyvin perusteellinen ja hyvä kuvaus. Laadullisen tutkimuksen perusajatuksena onkin ilmiön ymmärtäminen, joka tapahtuu sanallisesti käyttäen aineistona muun muassa kuvauksia, kertomuksia ja haastatteluja. (Kananen 2008, 24; Kananen 2011, 16 – 18.)

Jotta voidaan tehdä kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta, on tutkittava ilmiö oltava tunnettu, eli ne tekijät on oltava tiedossa, jotka vaikuttavat ilmiöön. On siis tiedettävä mitä mitataan, jotta määrällistä tutkimusta voidaan tehdä. Määrällinen tutkimus perustuu mittaamiseen ja laskemiseen ja se vaatii enemmän tutkittavia kohteita kuin laadullinen tutkimus. Tutkittavien kohteiden suuri määrä mahdollistaa tutkimustulosten yleistettävyyden. Määrällisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmänä käytetään kyselylomaketta, jonka avulla kohderyhmältä kerätään ilmiötä koskevaa aineistoa. Tutkimustulokset esitetään numeerisessa muodossa erilaisina taulukoina ja tunnuslukuina. (Kananen 2010, 103; 2011, 12, 18.)

Tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmäksi valikoitui kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Asiakkaita tilitoimistolla on yhteensä noin 100, joista rajataan pois yhdistykset. Tämä rajausta tehdään sen vuoksi, että yhdistykset eivät käytä tilitoimiston palveluja yhtä monipuolisesti kuin yritykset. Jäljelle jäävät 74 asiakasta on järkevintä tutkia kvantitatiivisen menetelmän avulla, koska heitä on kohtuullisen suuri määrä. Kvantitatiivinen tutkimus toteutetaan anonymisti verkko-/postikyselynä käyttäen sekä kysymyksiä valmiine vaihtoehtoineen, että avoimia kysymyksiä. Avoimiin kysymyksiin vastaamalla asiakkaat voivat antaa perustellumpaa vastausta omiin palvelukokemuksiinsa liittyen sekä esittää toiveita ja kehitysideoita.

1.3 Tutkimuksen eettisyys

Hyvän tutkimuksen lähtökohta on se, että tutkimuksenteossa noudatetaan hyvää tieteellistä käytäntöä. Tutkijan on tällöin noudatettava rehellisyyttä, huolellisuutta ja tarkkuutta tutkimustyössään, tulosten tallentamisessa ja esittämisessä sekä tutkimuksen arvioinnissa. Jo tutkimusaihetta mietittäessä on hyvä pohtia tulosten hyödynnettävyyttä yhteiskunnallisen merkityksen kannalta. Tutkimuksen teossa tulee aina pyrkiä totuuteen eli siihen, että tutkimustuloksia ei vääristellä kenenkään eduksi. Toisten kirjoittamaa tekstiä ei saa plagioida eli esittää omanaan, vaan lähdeviitteet on laitettava lainattuun tekstiin paikoilleen. Tutkimuksen teossa on kunnioitettava yksityisyyden suojaa siten, että luottamuksel-

lista tietoa ei paljasteta ja materiaalin käyttöön pyydetään asianomaisilta lupa. Haastateltavien sanomisia ja mielipiteitä ei tule myöskään vääristellä eikä haastateltavien henkilötietoja saa paljastaa ilman lupaa. (Kananen 2008, 133 – 136; Tuomi & Sarajärvi 2009, 132).

1.4 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuus on arvioitava jo työn suunnitteluvaiheessa. Hyvin valituilla menetelmillä on suuri merkitys siihen, että tutkimuksen lopputulos on laadukas ja luotettava. Käsitteinä reliabiliteetti ja validiteetti tarkoittavat luotettavuutta, ja näitä käsitteitä käytetään kvantitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa. Myös kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan näiden käsitteiden avulla, joskaan ne eivät ole niin merkittävässä asemassa. (Kananen 2011, 118, 128).

Reliabiliteetti tarkoittaa sitä, että tutkimuksesta saadut tulokset ovat pysyviä. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että kun tutkimus tehdään uudestaan, lopputulemaksi saadaan samat tulokset kuin ensimmäisellä kerralla. Reliabiliteetti voidaan taata siten, että tutkimuksen vaiheet dokumentoidaan tarkasti ja ratkaisut perustellaan hyvin. Validiteetti mittaa pätevyyttä eli silloin mittaaminen kohdistuu juuri siihen asiaan, mitä sen kuuluukin mitata. Kun käytetään oikeaa tutkimusmenetelmää, oikeaa mittaria sekä oikeiden asioiden mittausta, pystytään takaamaan tutkimuksen validiteetti. (Kananen 2011, 119, 121, 123).

1.5 Case: Tilitoimisto Eila Säkkinen

Tilitoimisto Eila Säkkinen on Suomussalmella toimiva yritysten ja yhteisöjen taloushallinnon tehtäviä hoitava tilitoimisto. Yritys on perustettu Eila Säkkinen toimesta lokakuussa 1993. Toimintaperiaatteena on tukea yrittäjiä hoitamalla heidän talous- ja veroasiansa kokonaisvaltaisesti, ammattitaitoisesti ja huolellisesti. Asiakkaat pyritään huomioimaan yksilöinä, heitä kuunnellaan ja pyritään olemaan heidän luottamuksensa arvoisia. Taloudellinen tulos ei ole tärkeintä tälle yritykselle, vaan toimiminen laadukkaasti ja asiantuntevasti. (Säkkinen 2015.)

Tilitoimiston palveluihin kuuluvat kirjanpito palvelu, tilinpäätökset, veroilmoitukset, palkkalaskenta sekä muut taloushallinnon tehtävät. Myös yritysten perustamiseen ja yhtiömuodon muutoksiin tarjotaan neuvontaa. Asiakkaita yrityksellä on noin 100 ja heitä on monilta eri aloilta. Eniten asiakkaita on kuljetusalalta ja muita edustettuja aloja ovat muun muassa matkailu, ravintola, kauneuden- ja terveydenhoito, vakuutusala, kauppa, sähköala, huolto- ja korjausala, metsäala, maanrakennus- ja rakennusala, taloyhtiöt sekä erilaiset yhdistykset. Asiakasmäärä on kasvanut pikkuhiljaa ja maltillisesti. Suurin osa asiakkaista on paikkakuntalaisia yrityksiä ja yhteisöjä, mutta myös jonkin verran asiakkaita on muualtakin Kainuusta. (Säkkinen 2015.)

Työntekijöitä oli aluksi kaksi, mutta viimeisen 15 vuoden ajan yhteensä kolme. Yrittäjän alaisuudessa olevat työntekijät ovat koulutukseltaan laskentamerkonomieja. Itse yrittäjä on yo-merkonomi ulkomaankaupan linjalta ja myöhemmin hän on suorittanut laskentatoimen oppimäärän. Hän on myös suorittanut Tili-instituuttisäätiön KLT-tutkinnon. (Säkkinen 2015.)

2 TALOUSHALLINTOALA JA TILITOIMISTOPALVELUT

2.1 Taloushallintoalasta yleisesti

Yrityksien ja organisaatioiden toimintaan kuuluu keskeisenä osana taloushallinto, jonka tehtäviin lukeutuvat yrityksen taloudellisten resurssien hallinnoinnista huolehtiminen sekä taloudellisten tietojen tuottaminen yrityksen johdolle päätöksentekoa ja toiminnan ohjausta varten. Taloushallintoon kuuluu laajasti eri toimintoja, joita ovat päivittäisten rutiinitehtävien, kuten kirjanpidon, laskutusten, reskontran, palkkahallinnon ynnä muiden lisäksi yhtiömuoto- ja rakennekysymykset, verosuunnittelu, tilinpäätökset, sopimusasiat, ja niin edelleen. Kaikki taloushallintoon liittyvät toiminnot ovat hyvin keskeisiä ja tärkeitä, eikä niitä tule laiminlyödä. Taloushallinnon sekä sen tuottamien tietojen perusteella mitataan yrityksen menestyminen sekä tehdään tulevaisuuden ratkaisut. (Viitala 2006, 39 – 40; Ammattinetti 2009.)

Tilitoimistot sekä esimerkiksi virastojen ja yritysten omat talousosastot hoitavat taloushallinnon tehtäviä. Yhä useammin nämä tehtävät ulkoistetaan nimenomaan tilitoimistoille, jotta yritys pystyy keskittämään muut kuin rahalliset resurssinsa oman liiketoimintansa pyörittämiseen. Vuonna 2014 taloushallintoalalla on työllistynyt noin 13 000 henkilöä nimenomaan juuri tilitoimistoissa. Taloushallintoalalla työllisyyttä ylläpitää tehtävien hoidon tärkeys yrityksen tai organisaation toiminnan kannalta sekä talouteen liittyvien asioiden lakisääteisyys. (Ammattinetti 2009.)

Taloushallintoalalla tapahtuu jatkuvasti muutoksia muun muassa uusiutuvan lainsäädännön sekä osaamis- ja ammattitaitovaatimusten osalta. Julkinen sektori ulkoistaa nykyisin taloushallintoaan yhä enemmän tilitoimistojen hoidettavaksi. Sähköistyvät ja automatisoituvat prosessit aiheuttavat sen, että tilitoimistojen henkilöstön työnkuva painottuu näiden prosessien ohjaamiseen sekä niistä saatavien taloustietojen tulkintaan ja analysointiin. Kaikki nämä muutokset johtavat tilitoimistojen tehtävien monipuolistumiseen. Lakisääteinen kirjanpito

jää taustatehtäväksi, kun asiakkaiden neuvonta, yritysten johdon tukeminen ja konsultointi nousevat tärkeään asemaan. (Ammattinetti 2009.)

2.2 Tilitoimistopalvelut

Tilitoimistot ovat taloushallintoalalla toimivia yrityksiä, joiden täytyy toiminnassaan noudattaa Suomen lainsäädäntöä. Kirjanpitovelvollisuudesta säädetään laissa ja näin ollen jokaisen yrityksen on tehtävä kirjanpitoa. Tilitoimisto voi auttaa yrittäjää pitämään kirjaa yrityksen taloudesta, jos yrittäjällä ei ole kokemusta kirjanpidosta tai hän kokee sen vaikeaksi. Tilitoimistot tarjoavat erilaisia palveluita yrittäjille ja yhteisöille ja nämä palvelut voidaan jakaa neljään eri osaluokkaan; 1) juoksevaan kirjanpitoon ja tilinpäätökseen, 2) palkanlaskentaan, 3) ulkoiseen laskentaan ja 4) sisäiseen laskentaan eli johdon laskentatoimeen. (Tilitoimistoja.fi 2011; Taloushallintoliitto 2015.)

Juoksevaan kirjanpitoon kuuluvat päivittäiset/viikoittaiset tositteiden ja liiketapahtumien kirjaaminen sekä kirjanpidosta saatavat kuukausittaiset ja vuosittaiset raportit ja ilmoitukset. Kirjanpitolainsäädäntö määrittää keskeiset periaatteet, joita on noudatettava kirjanpidossa. Lisäksi on noudatettava hyvää kirjanpitotapaa. Kirjanpidolla on kaksi pääasiallista tehtävää; 1) selvittää yritystoiminnan tulos ja 2) pitää erillään sekä yrityksen että muiden talousyksiköiden menot, tulot ja rahat. (Kinnunen, Laitinen, Laitinen, Leppiniemi & Puttonen 2006, 13; Tomperi 2012, 11; Taloushallintoliitto 2015.)

Yrityksen tilikauden ajalta laaditaan tilinpäätös, joka koostuu tuloslaskelmasta ja taseesta. Tuloslaskelmasta selviää yrityksen tilikauden tulos ja taseesta ilmenee yrityksen tilikauden päättymisajankohdan taloudellinen asema. Näiden lisäksi tilinpäätökseen liitetään tuloslaskelman ja taseen liitetiedot, rahoituslaskelma sekä toimintakertomus. Kirjanpitolain mukaan jokaisen kirjanpitovelvollisen on laadittava tilinpäätös, mutta ainoastaan suuret yritykset ja pörssiyritykset ovat velvollisia laatimaan lisäksi rahoituslaskelman ja toimintakertomuksen. (Kinnunen ym. 2006, 12; e-conomic 2014; Taloushallintoliitto 2015.)

Palkanlaskenta ja työnantajasuoritukset kuuluvat myös tilitoimistojen peruspalveluihin. Palkkalaskelman lähettäminen ja viranomaisilmoitukset eri jaksoilta kuuluvat lisäksi tähän palvelukokonaisuuteen. Erilaisista lisäpalveluista voidaan sopia kunkin yrityksen tarpeiden mukaisesti. Näitä lisäpalveluja ovat muun muassa Kela-hakemukset, Tilastokeskuksen raportointi, jäsenmaksuasiat, ulosottoasiat sekä muut henkilöstöhallinnossa seurattavat asiat. (Taloushallintoliitto 2015.)

Ulkoisen laskentatoimen tehtävänä on kerätä, muokata ja tuottaa tietoa yrityksen ulkopuolisten sidosryhmien tarpeisiin. Näitä sidosryhmiä ovat muiden muassa sijoittajat, lainanantajat, tavarantoimittajat, asiakkaat ja verottaja. Kyseiset sidosryhmät tarvitsevat päätöksentekonsa tueksi täsmällistä tietoa yrityksen taloudellisesta tilasta. Kirjanpidon ja tilinpäätöksen ohella ulkoiseen laskentaan kuuluvat kaikki asiakkaan taloushallintoon liittyvät asiat, kuten palkanlaskenta, myynti- ja ostoreskontra ja maksatus. Tilitoimisto voi tarvittaessa hoitaa myös laajemminkin asiakasyrityksen asioita, kuten esimerkiksi tilausprosessit ja sähköisen arkistoinnin. (Jormakka, Koivusalo, Lappalainen, & Niskanen. 2009, 10; Taloushallintoliitto 2015.)

Tilitoimistot tarjoavat myös apua ja neuvontaa yrityksen sisäiseen laskentatoimeen eli johdon laskentatoimeen muun muassa liiketoiminnan suunnitteluun ja kannattavuuksien laskentaan. Sisäinen laskenta toimii siis yrityksen johdon apuna tuottaen sille tietoa päätöksenteon tueksi. Tämän tiedon tuottaminen on vapaamuotoista ja -ehtoista eli sitä ei ole säädetty laissa. Kun ulkoinen laskentatoimi keskittyy yrityksen tämän hetkisen taloudellisen tilanteen selvittämiseen, on sisäisen laskentatoimen pääasiallinen tehtävä keskittyä yrityksen tulevaisuuteen. (Jormakka ym. 2009, 10; Taloushallintoliitto 2015.)

3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Asiakastyytyväisyys on se mittari, joka kertoo yrityksen kyvystä vastata asiakkaiden odotuksiin. Parhaassa tapauksessa se kertoo myös siitä, että odotukset on ylitetty. Asiakastyytyväisyys on yksi yrityksen menestymiseen vaikuttava tekijä. Asiakastyytyvyyteen liittyvät tärkeinä ja olennaisina osa-alueina palvelun laatu, palveluodotukset ja asiakaskokemus. (e-conomic 2012.)

3.1 Palvelu ja palvelukokemus

Palvelu on prosessi, jonka avulla asiakkaan ongelma saadaan ratkaistuksi. Palvelussa ihmisten välinen vuorovaikutus nousee merkittävään asemaan, sillä palvelun voi kokea, mutta sitä ei voi omistaa kuten tavaraa. Jotta palvelu voi syntyä ja olla olemassa, tarvitaan asiakas joka on läsnä ja kuluttaa kyseistä palvelua. Asiakasrajapinnassa toimiva asiakaspalvelija on myös olennaisesti mukana palvelutapahtumassa. (Tuulaniemi 2011, 52 & 62.)

Palvelukokemuksen muodostumiseen vaikuttaa olennaisesti ymmärrys siitä, mitä asiakas ja asiakaspalvelija odottavat palvelulta, mitä tarpeita, motivaatiotekijöitä sekä arvoja heillä on, sekä yhdessä että erikseen. Kun asiakasta ymmärretään näillä edellä mainituilla tasoilla, pystytään vaikuttamaan asiakaskokemukseen sekä myös kehittämään uusia palvelukonsepteja. Laittamalla ihmisen kaiken toimintansa keskipisteeksi, yritys minimoi epäonnistumisen riskin, koska tällöin palvelu suunnitellaan asiakkaiden todellisten tarpeiden pohjalta. Tämä toimintamalli, niin sanottu palvelumuotoilu, luo pysyvyyttä yrityksen asiakaskuntaan, sillä ennakoimalla asiakkaan todelliset sekä piilevät tarpeet, voidaan asiakas pitää tyytyväisenä. (Tuulaniemi 2011, 62 – 64 & 164.)

3.2 Palvelun laatu ja laadun ulottuvuudet

Palvelun laadusta kertoo se, miten hyvin asiakkaan odotukset tai vaatimukset toteutuvat eli toisin sanoen, miten hyvin asiakkaan tarpeet ja toiveet tyydyttyvät. Asiakas siis muodostaa yleisen näkemyksen palvelun onnistumisesta. Asiakas on näin ollen tärkein palvelun laadun tulkitsija, ja vain hän voi kertoa millainen palvelun laatu on. Rissasen (2006, 17) mukaan palvelun tuottaja näkee palvelun onnistumisen usein eri tavalla kuin asiakas. Hän voi nähdä palvelun onnistumisen sen perusteella, paljonko voimavaroja ja panostusta hän on siihen uhraannut. Asiakkaan kokemus on yleensä juuri siinä palvelutilanteessa syntynyt tunne odotuksineen ja havaintoineen. Tämä näkökanta usein unohdetaan, kun asiakaspalvelun laatua mitataan. (Ylikoski 2001, 118; Rissanen 2006, 17.)

Laadun kokemus koostuu kolmesta eri osatekijästä, joista ensimmäinen on se, mitä asiakas saa palvelun lopputuloksena. Toisena osatekijänä on olennaisesti koko palveluprosessin sujuvuus. Tämä osatekijä voi olla asiakkaalle jopa tärkeämpi tekijä kuin palvelun lopputulos. Asiakkaan ja palveluorganisaation henkilöstön välinen vuorovaikutus on tällöin tärkeässä asemassa, jotta asiakas saa hyvän palvelukokemuksen. Kolmas osatekijä palvelun laadun muodostumisessa on asiakkaan yleinen mielikuva yrityksestä. Jos asiakas kokee yrityksen imagon hyväksi, eivät satunnaiset virheet vaikuta suuresti palvelun laatuun. Jos taas ennakkokäsitys yrityksestä on huono, korostuvat huonot palvelukokemukset entisestään. (Ylikoski 2001, 118.)

Palvelun laatua arvioidaan kymmenen eri ulottuvuuden perusteella. Näitä ovat luotettavuus, reagointialttius, pätevyys, saavutettavuus, kohteliaisuus, viestintä, uskottavuus, turvallisuus, asiakkaan ymmärtäminen/tunteminen sekä palveluympäristö. Asiakkaan arvioidessa palvelun laatua, on luotettavuus tärkein kriteeri. Luotettavuus on sitä, että palvelu suoritetaan johdonmukaisesti ja virheettömästi heti ensimmäisellä kerralla. Palveluhenkilöstön valmius ja palveluhalukkuus kertovat reagointialttiudesta. Pätevyydellä tarkoitetaan sitä, että palveluhenkilöstöllä tulee olla tarvittavat tiedot ja taidot palvellessaan asiakkaita. Saavutettavuus on tärkeää palvelun laadun kannalta, sillä organisaatioon on pystyt-

tävä olemaan helposti yhteydessä. Saavutettavuuteen liittyy myös se, että asiakkaan asiat saadaan hoidettua kerralla kuntoon. (Ylikoski 2001, 126 – 129.)

Asiakkaalle kohteliaisuus tarkoittaa huomaavaisuutta, arvostusta ja ystävällisyyttä. Palveluhenkilöstön olemus ja pukeutuminen viestivät myös arvostuksesta. Viestinnällä tarkoitetaan sitä, että asiakkaalle puhuttu kieli on ymmärrettävää ja viestintä on sopeutettu erilaiseksi eri asiakasryhmille. Viestinnän tulee olla sellaista, että asiakas on vakuuttunut asioidensa tulevan hoidetuksi hyvin. Uskottavuus tarkoittaa asiakkaalle sitä, että organisaatio ajattelee ainoastaan asiakkaan parasta ja ajaa näin hänen etuaan. Turvallisuudella tarkoitetaan sitä, että asiakkaan tietoja käsitellään luottamuksellisesti eikä asiakkaalla ole palveluun liittyviä fyysisiä tai taloudellisia riskejä. Asiakkaita on hyvä huomioida yksilöinä ja selvittää heidän erityistarpeensa. Tällä tavoin opitaan tuntemaan ja ymmärtämään asiakasta. Palveluympäristö vaikuttaa myös palvelun laatuun. Siistissä ja toimivassa ympäristössä asiat hoituvat paljon miellyttävämmiin. (Ylikoski 2001, 128 – 129.)

3.3 Asiakkaan odotukset

Kun asiakas on valitsemassa jotakin palvelua ensimmäistä kertaa, on hänellä tietynlaisia odotuksia muun muassa palvelun lopputuloksesta, palveluprosessin laadusta, hinnasta ja palveluympäristöstä. Nämä odotukset ovat ennakoivia. Odotukset ovat normatiivisia silloin kun asiakas odottaa käyttämänsä palvelun olevan saman tasoista myös tulevaisuudessa. Asiakas peilaa palvelukokemuksiaan odotuksiin, jotka hänellä olivat ennen palvelukokemusta. Sen tähden odotusten merkitys on suuri asiakkaan laatukokemuksen kannalta. Jos asiakkaan odotukset täyttyvät, on palvelun laatu ollut hänen mielestään hyvä tai tyydyttävä. Jos odotukset alittuvat, kokee asiakas palvelun laadun huonoksi. Usein palvelu koetaan huonoksi myös siinä tapauksessa, kun asiakkaan odotukset ovat epärealistisen korkealla, vaikkei palvelun laadussa objektiivisesti tarkasteltuna olisikaan mitään vikaa. Ihanteellisin palvelukokemus syntyykin silloin, kun se ylittää asiakkaan odotukset. (Ylikoski 2001, 120.)

Asiakkaan odotuksiin halutaan luonnollisesti vastata tai jopa pyritään ylittämään ne. Kuitenkin asiakas odottaa perusasioiden toteutuvan eikä välitä turhista hienouksista. Asiakkaalla on siis odotuksia siitä, millainen palvelu on hänelle riittävää ja toisaalta käsitys siitä, mikä olisi ihanteellista ja toivottavaa palvelua. Hyväksyttävän palvelun alue jää näiden kahden tason väliin ja muodostaa tietynlaisen joustovaran asiakkaan sietokyvyille. Asiakkaan odotusten taso on sitä korkeampi mitä tärkeämpänä hän pitää kyseessä olevaa asiaa. Esimerkiksi palvelun luotettavuus ja virheettömyys ovat asioita, joissa asiakas ei suostu joustamaan. Vähemmän tärkeissä asioissa, kuten esimerkiksi palveluympäristön siisteydessä, asiakas on valmis joustamaan. Palveluorganisaation on taloudellisesti kannattavaa pyrkiä toimimaan hyväksyttävän palvelun laadun alueella kuin ylittää tai alittaa asiakkaan odotukset. Kustannuksia aiheutuu virheistä ja niiden korjaamisesta. Asiakasuskollisuus vähenee huonon laadun myötä ja myös henkilöstön työmotivaatio heikkenee samalla. (Ylikoski 2001, 120 - 122.)

Asiakkaan odotuksiin palvelun laadusta vaikuttavat 1) asiakkaan tarpeet, 2) palvelun hinta, 3) asiakkaan aikaisemmat kokemukset kyseessä olevasta organisaatiosta sekä muista, kilpailevista organisaatioista, 4) mainonnassa annetut lupaukset, 5) muiden ihmisten suositukset tai moitteet, 6) asiakkaan oma panostus palveluun sekä 7) erilaiset tilannetekijät (Ylikoski 2001, 123 – 125).

3.4 Asiakaskokemus

Asiakas muodostaa yrityksen toiminnasta tietynlaisen kuvan, joka rakentuu kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden yhteisvaikutuksesta. Kaikki yrityksen toiminnot talousosastolta tuotekehitykseen vaikuttavat asiakaskokemukseen. Asiakas on siis asetettava keskiöön kaikissa yrityksen toiminnoissa, jotta voidaan toimia asiakaslähtöisesti ja pystytään luomaan positiivisia asiakaskokemuksia. Positiivisen asiakaskokemuksen muodostumiseen vaikuttaa neljä eri näkökulmaa; 1) tukee asiakkaan minäkuvaa, 2) yllättää ja luo elämyksiä, 3) jää mieleen, ja 4) saa asiakkaan haluamaan lisää. (Löytänä & Korteso 2011, 7, 20 – 21, 37 – 38, 40 - 41.)

Asiakkaan minäkuvan tukeminen on tärkeää positiivisen asiakaskokemuksen syntymisessä. Pahin asia, mikä voi sattua, on loukatuksi tuleminen. Asiakkaan minuutta on suojeltava ja sitä on myös pyrittävä vahvistamaan. Jotta asiakas yllättyy ja kokee elämyksen, on asiakaspalvelukokemus oltava myönteisesti yllättävä ja voimakas tunteisiin vetoava kokemus. Kun kokemus poikkeaa tavallisesta ja arkisesta, luo se asiakkaalle elämyksen. Jos yritys haluaa luoda positiivisia muistijälkiä asiakkaiden mieliin, on sen johdettava ja kehitettävä tietoisesti asiakaskokemusta. Kun asiat tehdään yrityksessä poikkeuksellisen hyvin, jää se paremmin asiakkaan mieleen kuin keskinkertaisuus ja tavallisuus. Ihminen hakeutuu helposti kohti mielihyvää. Jos asiakas kokee miellyttävän asiakaspalvelutilanteen, palaa hän varmasti hakemaan sitä lisää. Tämä takia on syytä panostaa asiakaskokemuksiin, sillä se tuo asiakkaat yritykseen eikä yrityksen itse tarvitse etsiä potentiaalisia asiakkaita. (Löytänä & Korteso 2011, 37 – 42.)

Positiivisen asiakaskokemuksen aikaansaamiseksi on huomioitava myös seuraavat seikat; 1) asiakas otetaan huomioon, 2) asiakasta kuunnellaan, 3) asiakkaan tilanne pyritään ymmärtämään, 4) asiakkaaseen pidetään yhteyttä, 5) asiakkaan kysymyksiin vastataan välittömästi, 6) lupaukset pidetään ja, 7) palvelun laatu on korkea. Positiivisen asiakaskokemuksen luomiseen tarvitaan yhteistyötä sekä organisaation sisällä, että ulkopuolisten tavarantoimittajien ja asiakkaiden kanssa. (Fischer & Vainio 2014, 8 & 194.) Esimerkiksi Zappos, amerikkalainen kenkä- ja vaatejälleenmyyjä, painottaa hyvän palvelun merkitystä niin tavarantoimittajia, asiakkaita kuin työntekijöitä kohtaan (Simson 2013). Hyvällä työilmapiirillä, työhön sitoutumisella ja yksilöä arvostamalla voidaan luoda sellainen tekemisen meininki, että asiakaskin sen huomaa. Se jos mikä luo asiakkaalle hyvän palvelukokemuksen. (Fischer & Vainio 2014, 122 & 195.)

Asiakas vaikuttaa myös itse asiakaskokemukseen. Jos asiakas on esimerkiksi väsynyt tai hänellä on kiire, huomioi hän puutteet erityisen tarkasti ja voi kokea palvelun helposti huonompana kuin ollessaan hyvällä tuulella. Jos asiakkaalla on itsellään halu kertoa tarpeistaan tai halu vaikuttaa asiakaspalvelijaan positiivisesti, auttaa hän tällöin palvelutilannetta omalta osaltaan muuttumaan positiiv-

visemmäksi. Kun kaikki positiivisen asiakaskokemuksen luomiseen tarvittavat asiat toteutuvat, on organisaatiolla käytössään keinot, joilla se pystyy luomaan jopa yliveraisen asiakaskokemuksen. (Fischer & Vainio 2014, 8, 183 – 184 & 195.)

3.5 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Asiakkaiden tyytyväisyydestä on jokaisella organisaatiolla jonkinlainen käsitys. Johdolla voi olla oma näkemyksensä kuten myös asiakkaiden kanssa toimivalla henkilöstöllä. Asiakkailta saatu suora palaute on arvokasta, mutta lisäksi tarvitaan seurantajärjestelmä, joka mittaa asiakastyytyväisyyttä. Se koostuu sekä suorasta palautteesta että asiakastyytyväisyystutkimuksista. Näitä tietoja yhdistelemällä saadaan monipuolinen kokonaiskuva asiakastyytyväisyydestä. Asiakastyytyväisyystutkimuksilla pyritään 1) selvittämään keskeiset asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät, 2) mittaamaan tämänhetkisen asiakastyytyväisyyden taso, 3) tuottamaan tulosten pohjalta toimenpide-ehdotuksia tyytyväisyyden parantamiseksi sekä 4) seuraamaan asiakastyytyväisyyden kehittymistä tietyin väliajoin suoritettavilla mittauksilla. (Ylikoski 2001, 155 – 156.)

Asiakastyytyväisyystutkimuksiin liittyy haasteita, jotka on hyvä ottaa huomioon tutkimuksia suunniteltaessa. Usein nämä tutkimukset ovat liian pitkiä ja sisältävät laajasti tyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä. Tällaiset pitkät ja laajat tutkimukset usein kyllästyttävät vastaajaa, eikä hän jaksa ensimmäisten kysymysten jälkeen vastata totuudenmukaisesti viimeisiin kysymyksiin. Tutkimukset tehdään usein myös yrityksen näkökulmasta eikä asiakkaan näkökulmaa huomioida. Edellä mainittuun seikkaan liittyy myös emotionaaliset tekijät, jotka usein unohdetaan tutkimuksissa kokonaan. Tutkimuksissa siis ei selvitetä sitä, millaisia tunteita yritys on luonut asiakkaalle. Tutkimuksien tuloksia ei myöskään analysoida tarpeeksi syvällisesti vaan ne todetaan pintapuolisesti. Olisi siis hyvä miettiä, mitä tulosten perusteella tulisi jatkossa tehdä. Ongelmana on myös se, että ihmisillä on taipumus valehdella tutkimuksissa. (Löytänä & Korteso 2011, 171, 178 – 179.)

Näiden edellä mainittujen syiden takia asiakastyytyväisyystutkimuksilla ei useinkaan saavuteta sitä arvoa, mitä ne voisivat oikein tehtyinä tuottaa. Asiakaskokemukseen vaikuttaa se tekijä, mitä yritys lupaa asiakkailleen. Näin ollen tehdessään asiakastyytyväisyyskyselyn, yritys lupaa asiakkailleen kehittävänsä toimintaansa tulosten perusteella. Jos nämä asiakastyytyväisyyskyselyt toistuvat vuodesta toiseen samanlaisina ja asiakkaat antavat samankaltaisia vastauksia, on oletettavissa, että lupauksia ei ole lunastettu. Yrityksen on siis mietittävä, että tuoko asiakastyytyväisyyskysely konkreettista hyötyä yritykselle, vai onko se vaan keino yrittää luoda asiakaskeskeistä imagoa. Edellä mainitut seikat huomioon ottaen asiakastyytyväisyystutkimukset voivat hyvin suunniteltuina luoda lisäarvoa asiakkaalle. (Löytänä & Korteso 2011, 171, 179.)

4 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS TILITOIMISTOLLE

4.1 Tutkimuksen tausta ja toteutus

Opinnäytetyöni toimeksiantajana toimii Kainuussa, Suomussalmella toimiva tilitoimistoyritys Tilitoimisto Eila Säkkinen. Suoritin kyseisessä yrityksessä ammatillisen työharjoitteluni kevään 2016 aikana, joten tuntui luonnolliselta tehdä opinnäytetyö tähän yritykseen. Opinnäytetyön ohjaajan ehdottama asiakastyytyväisyyskysely sai kannatusta yrityksessä, koska sellaista ei ole tehty koskaan aiemmin. Siinä mielessä tällainen tutkimus on ajankohtainen tehtäväksi juuri tähän yritykseen. Tutkimuksen kohdejoukoksi valikoitui tilitoimiston yritysasiakkaat, joita on 74 kpl. Rajauksen syynä on se, että he käyttävät yrityksen palveluita monipuolisemmin kuin yhdistykset.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisesti sekä verkossa tapahtuvana, että postitse lähetettävänä asiakastyytyväisyyskyselynä. Kyselyt olivat täysin identtisiä keskenään, jotta niiden tulosten käsittely olisi mahdollisimman vaivatonta (Liite 2). Suurimmalla osalla tutkimukseen valituista asiakkaista on käytössään sähköposti, mutta noin 16 prosenttia näistä asiakkaista eivät käytä sähköpostia asiointiin tilitoimiston kanssa. Heille kysely lähetettiin postitse. Kysely toteutettiin 5. – 19.7.2016 välisenä ajankohtana eli vastausaikaa oli kaksi viikkoa. Muutamia vastauksia tuli vielä kyselyajan päätyttyäkin, ja otin myös nämä vastaukset mukaan tutkimukseen.

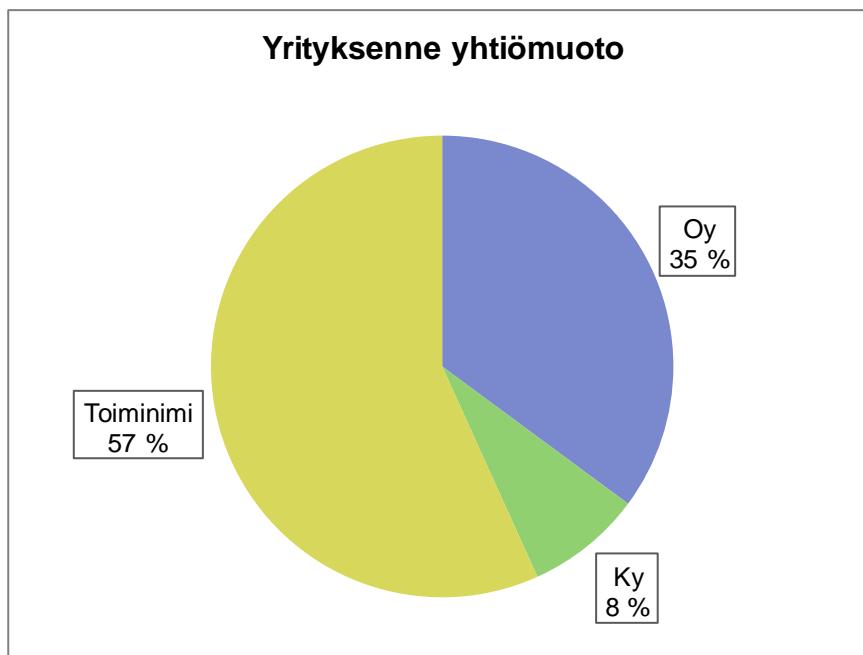
Kysely koostui pääasiassa valinta- ja monivalintakysymyksistä, ja joukossa oli myös kaksi matriisikysymystä ja muutamia avoimia kysymyksiä. Suunnittelin kyselylomakkeen yhdessä tilitoimiston omistajan ja työntekijöiden kanssa siten, että vastaaminen siihen olisi mahdollisimman helppoa ja nopeaa. Kyselylomakkeen kysymykset ryhmittelin aihepiireittäin, jotta vastaajat saisivat selkeämmän kuvan kyselyn tarkoituksesta. Ryhmittely auttoi myös itseäni käsittelemään ja analysoimaan tuloksia.

4.2 Tutkimuksen tulokset

Kyselyitä lähetettiin yhteensä 74 kpl ja niihin saatiin vastauksia 39 kpl. Muistutusviestejä (Liitteet 3 ja 4) jouduin lähettämään kaksi kertaa jälkeensä, jotta päästiin tuohon vastausmäärään. Vastausprosentiksi tuli noin 53 %, jota voidaan pitää hyvänä määränä. Kyselyn tulokset antavat täten hyvän ja luotettavan yleiskuvan asiakkaiden tyytyväisyydestä tilitoimiston tarjoamiin palveluihin.

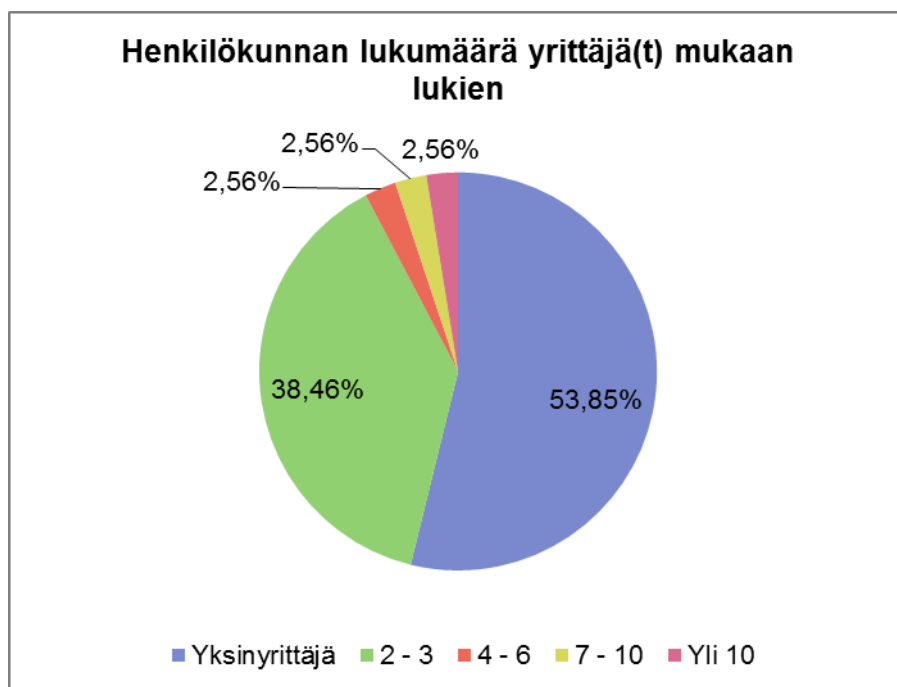
4.2.1 Asiakkaiden taustatiedot

Kysely aloitettiin kysymällä asiakkaiden taustatietoja. Ensimmäinen kysymys käsitteli sitä, miten asiakastyytyväisyyskyselyyn vastanneiden yritysten yhtiömuodot jakautuivat (Kuvio 1). Vastaajien määrä tässä kysymyksessä oli 37. Yli puolet vastaajista on toiminimeä kantavia yrityksiä. Tämä tulos vastaa hyvin todellista jakaumaa tilitoimiston asiakkaista, sillä yrityksen asiakkaat koostuvat pääosin toiminimistä (Säkkinen 2016). Seuraavaksi suurin yhtiömuoto on osakeyhtiö, jonka edustajia löytyi 35 %. Kommandiittiyhtiöitä vastanneista oli 8 prosenttia. Avoimet yritykset, osuuskunnat ja yhdistykset eivät olleet vastanneet kyselyyn.



Kuvio 1. Yrityksen yhtiömuoto

Toinen taustakysymys käsitteli yritysten henkilökunnan lukumäärää yrittäjä(t) mukaan lukien (Kuvio 2). Vastaajien määrä oli 39. Yli puolet vastaajista toimii yksinyrittäjinä. Toiminimet ovat yleensä yhden hengen yrityksiä, joten tähän kysymykseen saatiin myös todenmukaiset vastaukset. 38 % vastanneista toimii 2 – 3 hengen yrityksissä. Loput 9 % vastanneista jakautuivat tasaisesti 4 – 6, 7 – 10 ja yli 10 hengen yrityksiin.



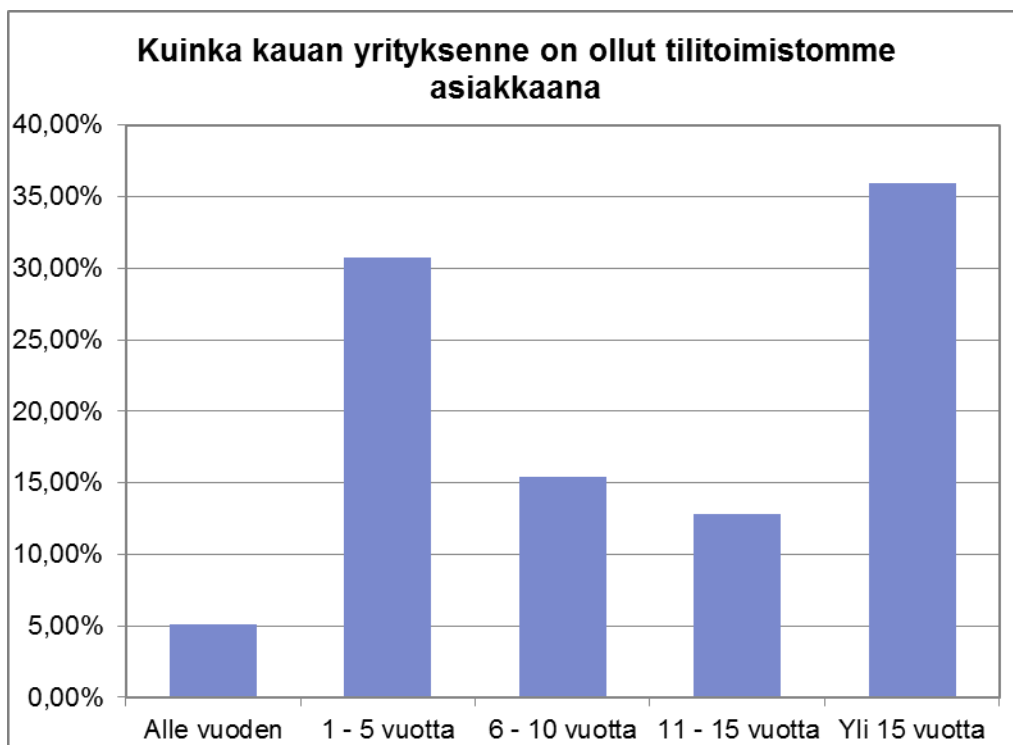
Kuvio 2. Henkilökunnan lukumäärä

Kolmas taustakysymys selvitti yritysten toiminnassa oloaikaa (Kuvio 3). Vastajien määrä oli 39. Noin puolet vastanneista yrityksistä on ollut toiminnassa yli 15 vuotta. Seuraavaksi suurin vastaajajoukko löytyi 1 -5 vuotta toimineista yrityksistä noin 20 %:n osuudella. Loput vastanneista yrityksistä edustivat melko tasaisesti 6 – 10 tai 11 – 15 vuoden ajan toimineita yrityksiä. Alle vuoden toimineita yrityksiä ei ollut vastannut kyselyyn.



Kuvio 3. Yrityksen ikä

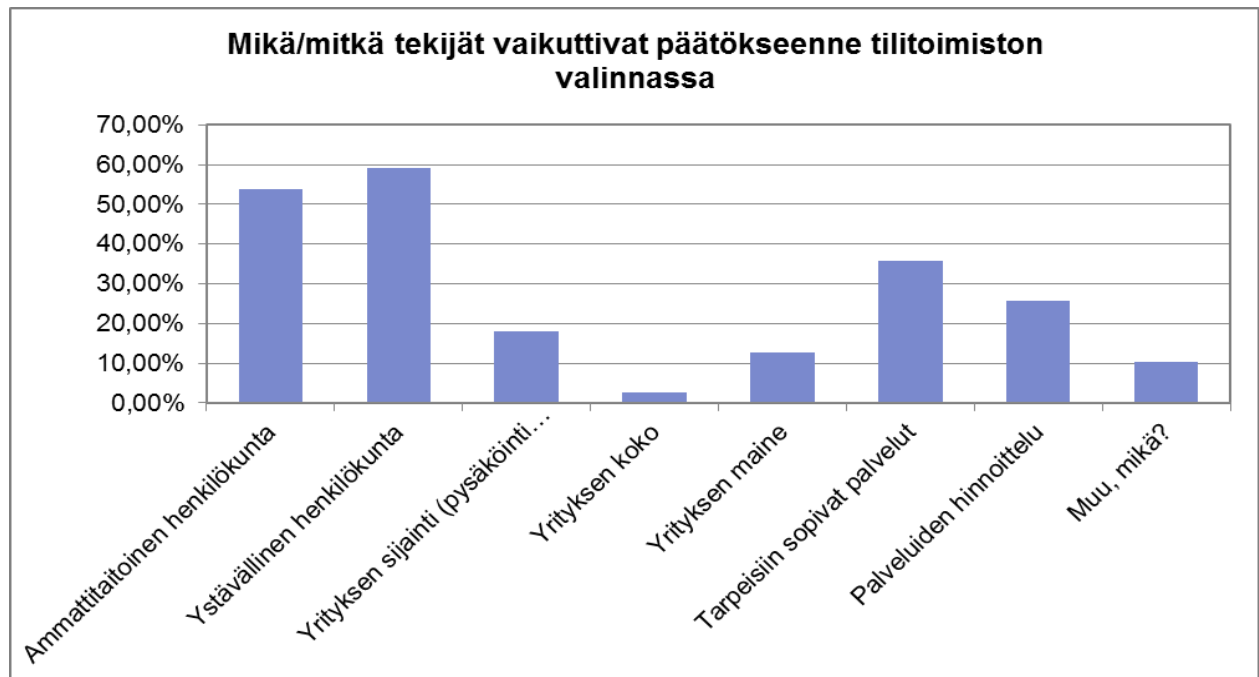
Neljäs ja viimeinen taustakysymys koski kyseessä olevan tilitoimiston asiakkaana toimimista (Kuvio 4). Vastaajien määrä oli 39. Vastaajista noin 36 % on ollut tilitoimiston asiakkaana yli 15 vuotta. Noin 31 % vastanneista yrityksistä on ollut toimiston asiakkaana 1 – 5 vuotta. 6 – 10 ja 11 – 15 vuotta asiakkaina olleet jakautuivat melko tasaisesti 10 ja 15 %:n välille. Alle vuoden ajan toimiston asiakkaina olleita yrityksiä vastaajista oli vähiten.



Kuvio 4. Asiakassuhteen kesto

4.2.2 Tilitoimistopalvelut

Seuraavaksi vastaajilta kysyttiin tilitoimistopalveluihin liittyviä kysymyksiä. Viidenteen kysymykseen tilitoimiston valintaperusteista vastasi 39 vastaajaa (Kuvio 5). Vastaajien keskuudessa tärkeimmäksi kriteeriksi tilitoimiston valinnassa osoittautuivat sekä ammattitaitoinen että ystävällinen henkilökunta. Erityisesti ystävällisyys nousi tärkeimmäksi tekijäksi noin 60 %:n osuudella. Tarpeisiin sopivat palvelut saivat kolmanneksi eniten kannatusta ja palveluiden hinnoittelu oli neljänneksi tärkein valintakriteeri. Muita vaikuttavia tekijöitä olivat tyytymättömyys edellisen tilitoimiston toimintaan, paikkakunnalla sijaitseva toimisto ja edellisen yrittäjän asiakkuus kyseisessä tilitoimistossa.



Kuvio 5. Valintaperusteet tilitoimistolle

Kuudenteen kysymykseen sai antaa avoimesti vastauksia ja se koski sitä, mistä vastaajat olivat saaneet tietoa Tilitoimisto Eila Säckisen palveluista. Vastauksia kysymykseen tuli 24 kappaletta, ja vastauksissa nousi selkeimpänä esille kyseessä olevan tilitoimiston tunnettuus paikkakunnalla. Vastaajista 9 kertoi saaneensa tiedon yrittäjäkollegoilta ja viidelle vastaajalle kyseessä oleva tilitoimistoyrittäjä oli ennestään tuttu henkilö. Neljä vastaajaa kertoi aikaisemman asiakkuuden olleen syynä kyseisen tilitoimiston valinnassa. Vastauksissa

tuli esille asiakkuuden jatkuneen joko sukupolven tai yrittäjän vaihtumisen myötä.

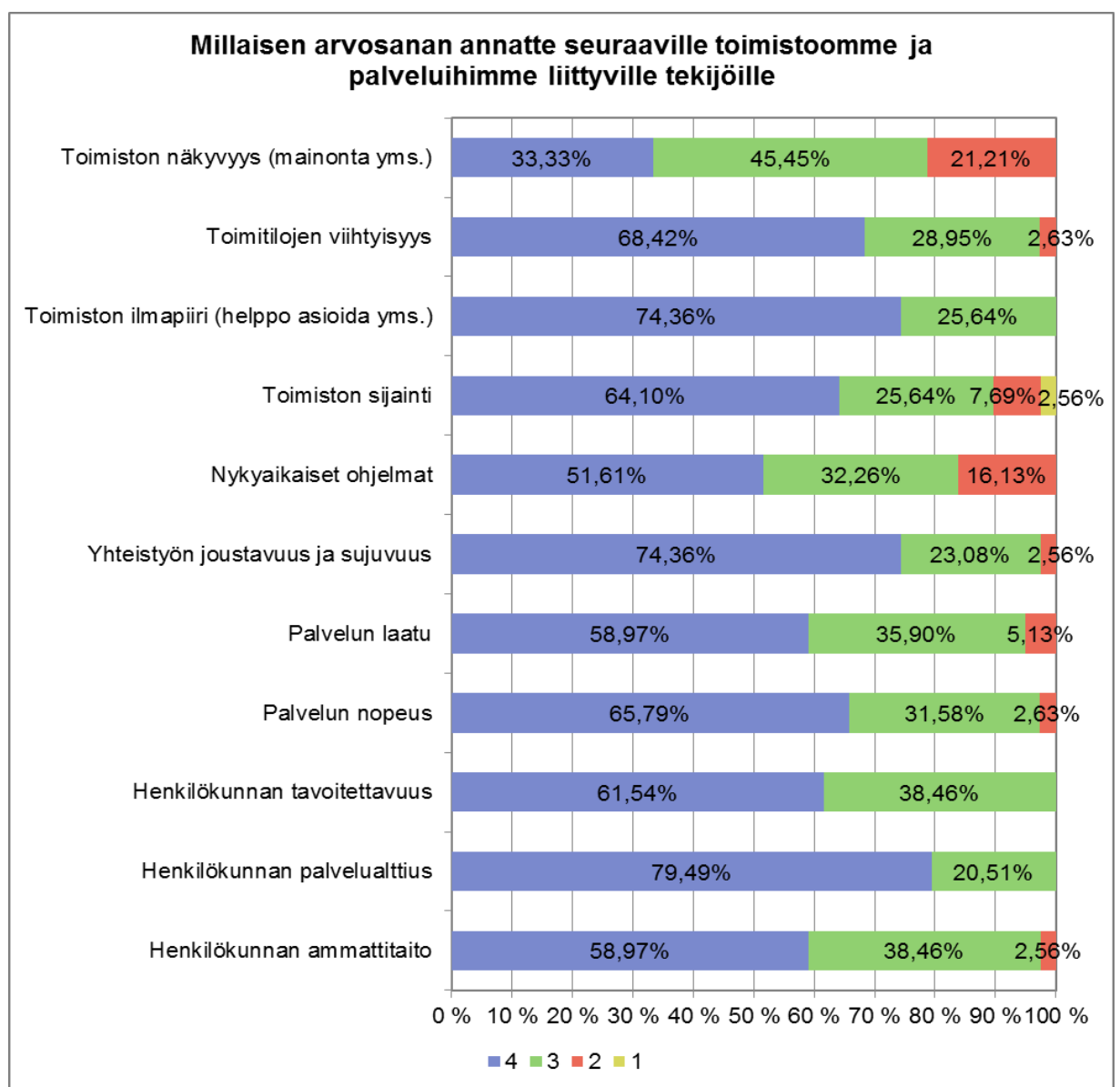
Seitsemäs kysymys koski asiakasyritysten käytössä olevia tilitoimistopalveluja (Kuvio 6). Vastaajien määrä oli 39. Vastaajien käytössä olevat palvelut jakautuivat tasaisesti kuukausikirjanpidon, tilinpäätöksen ja veroilmoituksen teon kesken noin 30 %:n osuuksilla. Palkanlaskentapalveluita käyttää noin 10 % vastaajista.



Kuvio 6. Tilitoimiston palveluiden käyttö

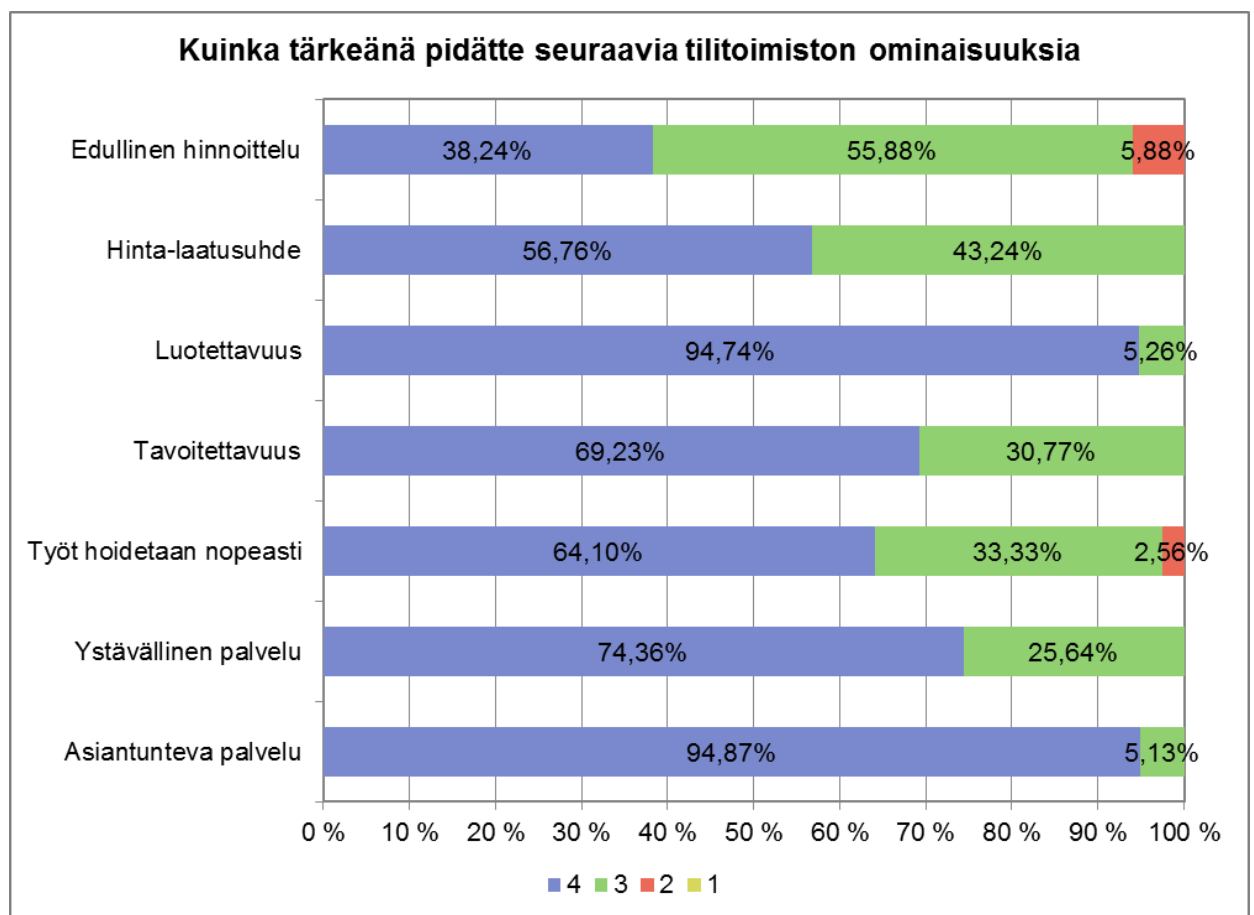
Kahdeksas kysymys käsitteli asiakasyritysten mielipidettä siitä, vastaavatko tilitoimiston tarjoamat palvelut heidän tarpeitansa. Vastauksia kysymykseen tuli 39. Kaikkien vastaajien mielestä nykyiset palvelut vastaavat heidän tarpeitansa. Yhdeksäs kysymys oli avoin ja siinä kysyttiin vastaajien mielipiteitä siitä, millaisia palveluita he haluaisivat heille tarjottavan. Vastaajia tähän kysymykseen oli 11, joista 4 on tyytyväisiä nykyisiin palveluihin. Kolme vastaajaa haluaa enemmän neuvontaa muun muassa veroasioissa sekä muissa taloushallinnon käytännön asioissa. Kolmessa vastauksessa nousi esille sähköisten ohjelmien ynnä muiden käyttö. Toivottiin muun muassa laskujen sekä tilinpäätösten ja taseiden toimitusta sähköisesti.

Kysymys 10 selvitti vastaajien antamia arvosanoja toimistolle ja sen palveluihin liittyville tekijöille (Kuvio 7). Vastaajien määrä oli 39. Vastausasteikko oli 1 – 4, jossa 4 = erinomainen, 3 = hyvä, 2 = tyydyttävä, 1 = välttävä, eos = en osaa sanoa. Eos -vastaukset on poistettu. Kuviosta 7 voidaan nähdä, että vastaajista reilusti yli puolet pitää kyseessä olevia tekijöitä erinomaisina. Ainoastaan toimiston näkyvyys eli mainonta yms. sai hieman huonompia arvosanoja. Välttäviä arvosanoja ei tullut juuri lainkaan.



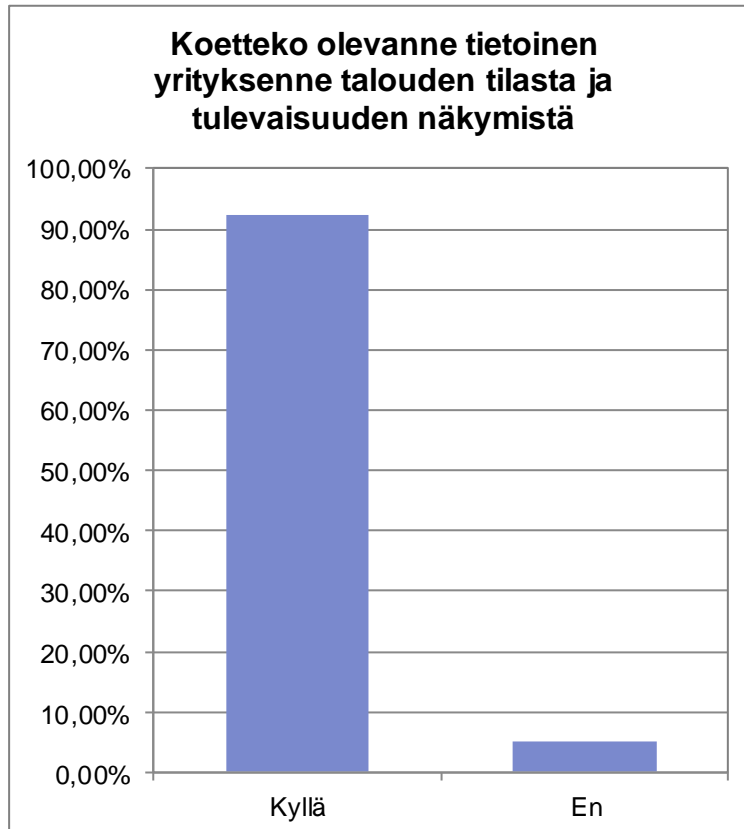
Kuvio 7. Vastaajien antamat arvosanat toimistolle ja sen palveluihin liittyville tekijöille

Kysymyksessä 11 käsiteltiin tilitoimiston tärkeimpiä ominaisuuksia (Kuvio 8). Vastaajien määrä oli 39. Vastausasteikko oli 1 – 4, jossa 4 = erittäin tärkeä, 3 = tärkeä, 2 = vähemmän tärkeä, 1 = ei tärkeä, eos = en osaa sanoa. Eos vastaukset on poistettu. Suurin osa vastaajista pitävät asiantuntevaa palvelua ja luotettavuutta tilitoimiston tärkeimpinä ominaisuuksina. Myös ystävällinen palvelu, tavoitettavuus ja töiden nopea hoitaminen ovat vastaajien mielestä erittäin tärkeitä ominaisuuksia. Hinta-laatusuhdetta ja edullisuutta suuri osa vastaajista pitävät tärkeinä.



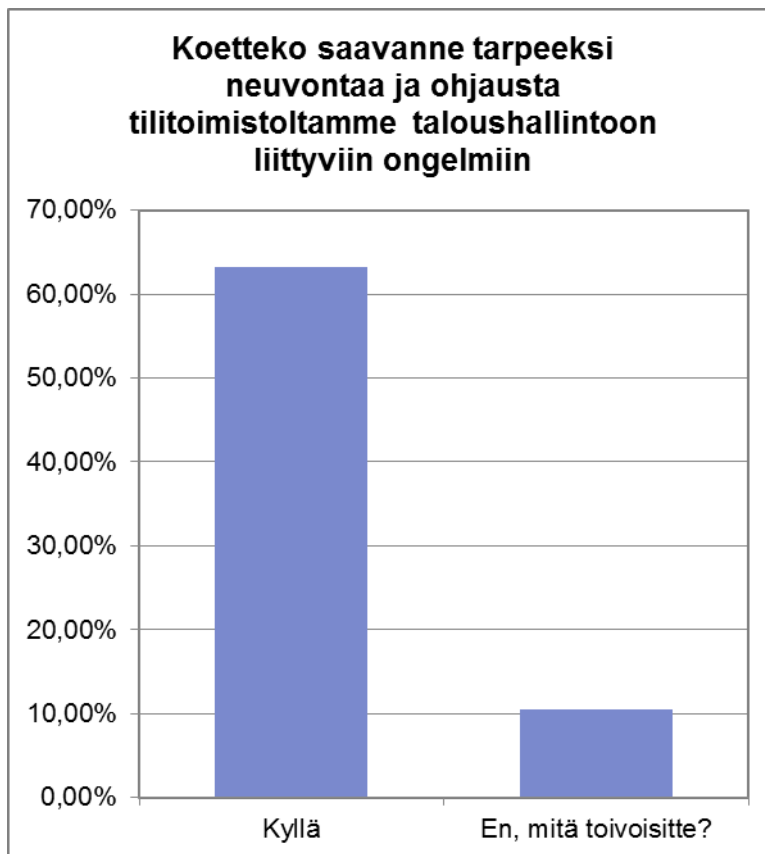
Kuvio 8. Tilitoimiston tärkeimmät ominaisuudet

Kysymys 12 selvitti vastaajien tietoisuutta oman yrityksen talouden tilasta ja tulevaisuuden näkymistä (Kuvio 9). Vastauksia tuli 39 ja heistä lähes kaikki olivat tietoisia oman yrityksensä tilanteesta.



Kuvio 9. Tietoisuus yrityksen talouden tilasta ja tulevaisuuden näkymistä

Kysymys 13 käsitteli vastaajien mielipidettä taloushallinnon ongelmien neuvonnassa ja ohjauksessa (Kuvio 10). Vastauksia kysymykseen tuli 38. Noin 63 % vastaajista kokee neuvonnan ja ohjauksen olevan riittävää. Neljä vastaajaa toivoi tilitoimistolta seuraavia asioita: *ohjausta ja neuvontaa lisää; veroneuvontaa; asioista voisi kertoa ennakkoon paremmin; lähinnä ohjeita siitä, miten toimia tehokkaammin ja taloudellisemmin, mitä kaikkea voisi kehittää.*



Kuvio 10. Neuvonnan ja ohjauksen riittävyys

Kysymys 14 selvitti asiakkaiden mielipidettä siitä, vaaditaanko heiltä liikaa tilitoimiston asiakkaana. Esimerkiksi liian tarkat selvitykset ostoksista ym. voivat ärsyttää joitakin. Vastaajat, joita oli 39, olivat yksimielisiä siitä, että tilitoimisto ei ole liian vaativa tässä asiassa.

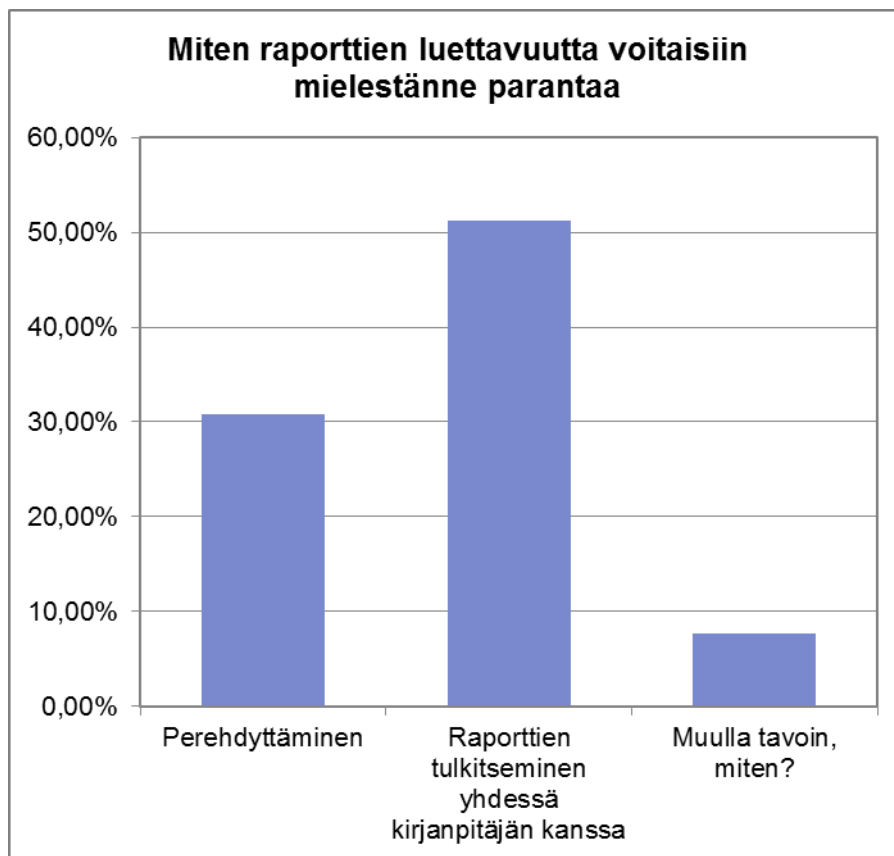
4.2.3 Kirjanpidon raportit

Seuraavissa kysymyksissä käsiteltiin kirjanpidon raportteja. Kysymyksellä 15 haluttiin selvittää sitä, osaavatko vastaajat tulkita kirjanpidon raportteja riittävän hyvin (Kuvio 11). Vastaajia oli 39 ja heistä suurin osa, noin 48 %, osaa tulkita raportteja jonkin verran. Noin 38 % osaa mielestään tulkita raportteja riittävän hyvin.



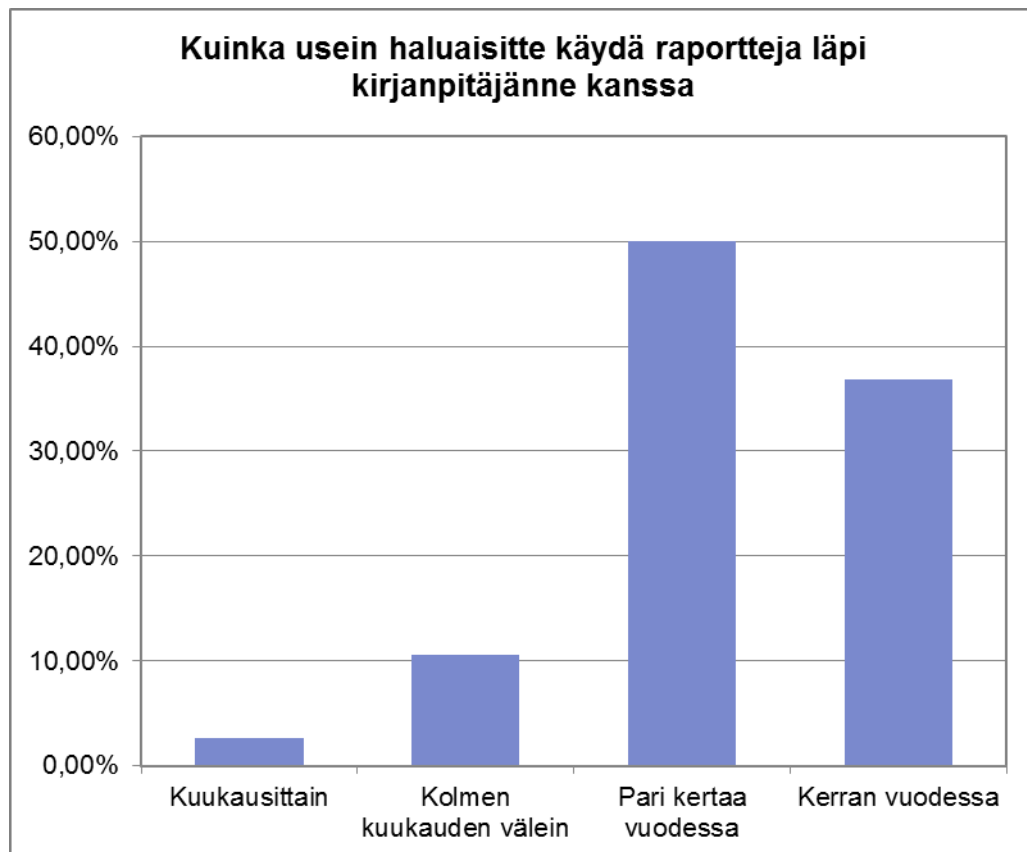
Kuvio 11. Kirjanpidon raporttien tulkinnan taidon riittävyys

Kysymys 16 selvitti vastaajien mielipiteitä siitä, miten raporttien luettavuutta voitaisiin parantaa (Kuvio 12). Vaihtoehtoiksi annettiin perehdyttäminen, raporttien tulkitseminen yhdessä kirjanpitäjän kanssa sekä avoimena kysymyksenä muut tavat. Vastauksia tuli yhteensä 39. Vastauksista nähdään se, että yli puolet vastanneista haluaa käydä raportteja läpi yhdessä kirjanpitäjän kanssa. Perehdyttämisen kannalla on noin 30 % vastaajista. Ehdotuksia muista tavoista tuli seuraavasti: *lyhyt kirjallinen opas, joka kertoisi jotakin jokaisesta rivistä; käyrät tms., joista olisi helppo seurata kehitystä; selkeät graafit tuloksista, trendit.*



Kuvio 12. Raporttien luettavuuden parantaminen

Kysymyksen 17 avulla haluttiin selvittää, kuinka usein vastaajat haluavat käydä raportteja läpi kirjanpitäjänsä kanssa (Kuvio 13). Vastaajia kysymykseen oli 38 ja heistä selkeästi puolet haluaa käydä raportteja läpi pari kertaa vuodessa. Noin 36 %:lle vastaajista riittää kerta vuodessa.

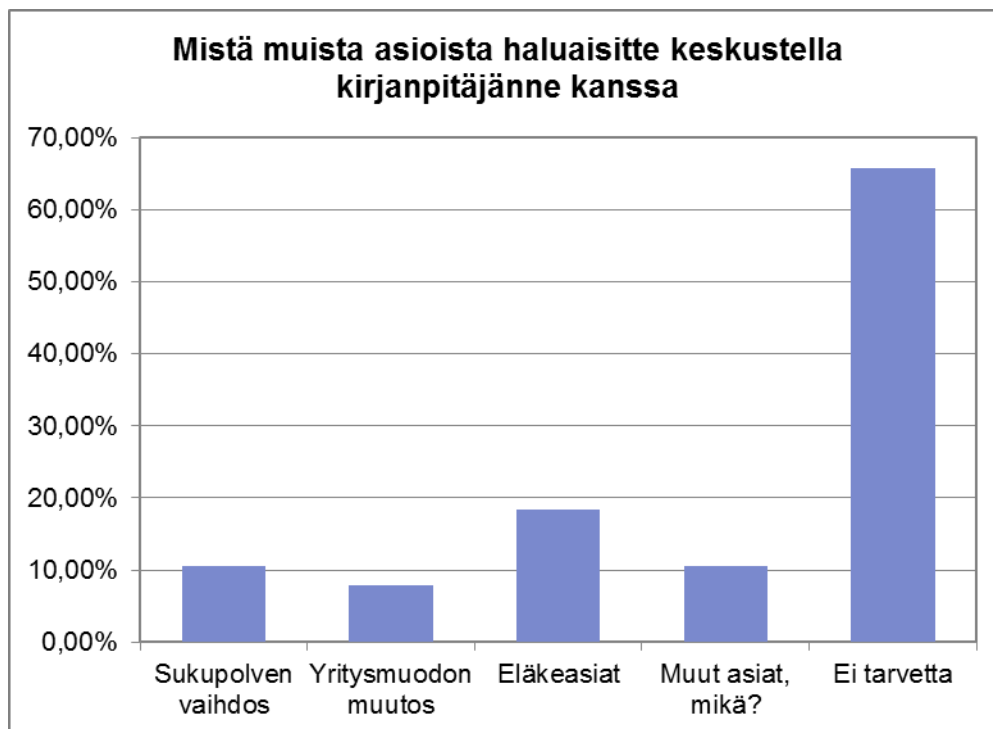


Kuvio 13. Raporttien läpikäyminen kirjanpitäjän kanssa

Kysymys 18 koski raporttien toimittamistapaa asiakkaalle. Vastaajien määrä oli 39 ja selkeästi suurin osa heistä, 62 %, haluaa raportit lähetettävän paperisena. 38 % haluaa raportit sähköpostin välityksellä.

4.2.4 Muut asiat

Kyselylomakkeen seitsemän viimeistä kysymystä käsitteli muita asioita, jotka käsittelivät muiden muassa lisäpalveluiden tarpeita ja aukioloaikojen riittävyyttä. Kysymyksellä 19 selvitettiin vastaajien tarpeita keskustella muista asioista kirjanpitäjän kanssa (Kuvio 14). Vastaajien määrä tässä kysymyksessä oli 38 ja suurimmalla osalla heistä ei ole tarvetta keskusteluille muista asioista. Eläkeasiat askarruttavat noin 18 % vastaajista ja sukupolven vaihdos noin 10 % vastaajista. Muista asioista nousivat esille veroasiat, yrityksen lopettaminen ja miten saada menot kuriin.



Kuvio 14. Muista asioista keskustelun tarpeellisuus

Kysymys 20 koski tilitoimiston aukioloaikojen riittävyyttä. Kaikkien vastaajien mielestä tilitoimiston aukioloajat ovat heille sopivat, sillä Ei -vastauksia ei tullut lainkaan. Kysymys 21 selvitti vastaajien mielestä parasta yhteydenottotapaa heidän asioissaan. Vastaajia oli 39 ja vastaukset jakautuivat miltei tasan puoliksi sekä puhelimitse että sähköpostitse tapahtuvan yhteydenoton kesken. Sähköpostin kannalla oli 46 % ja puhelimen kannalla 54 % vastaajista.

Kysymys 22 koski sitä, että onko vastaaja vaihtanut jostakin toisesta tilitoimistosta kyseessä olevaan tilitoimistoon (Kuvio 15). Vastaajia oli 38 ja noin 80 % heistä on ollut koko ajan Tilitoimisto Eila Säckisen asiakkaana. Loput vastaajista ovat jossain vaiheessa vaihtaneet eri tilitoimistosta Eila Säckiselle. Vastattuaan Kyllä, vastaajan oli kerrottava syy vaihtoon. Kolme vastaajaa kertoi vaihdon tapahtuneen sen takia, koska edellinen tilitoimisto oli lopettanut toimintansa. Muita syitä olivat halu saada parempaa/ammattitaitoisempaa palvelua, edellisessä tilitoimistossa oli ollut huolimattomuutta/virheitä sekä etäisyys ja kommunikointivaikeudet edellisen tilitoimiston kanssa.



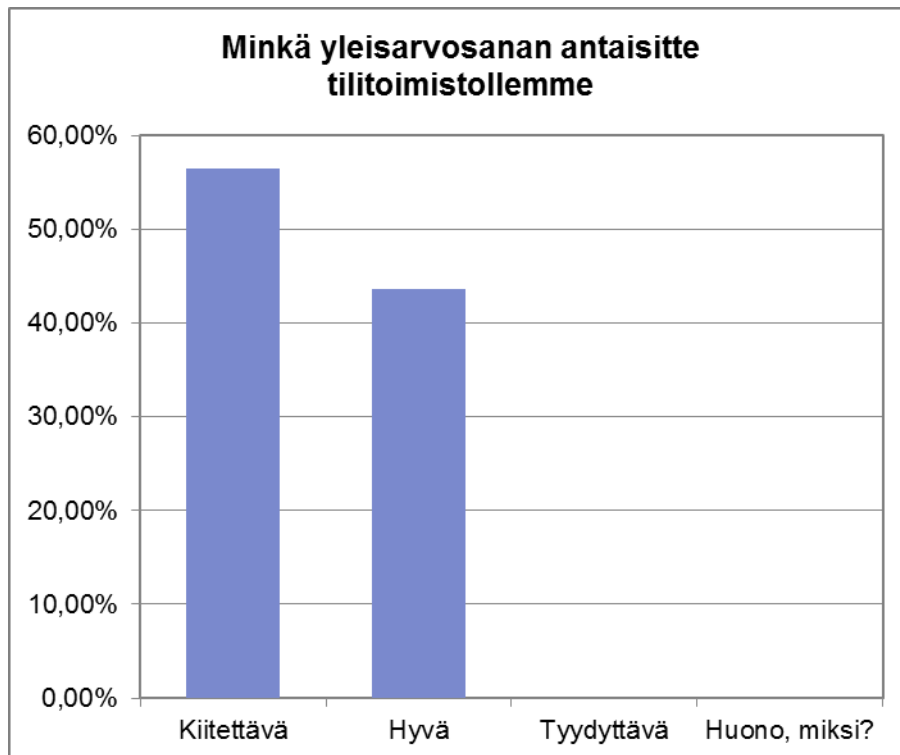
Kuvio 15. Asiakkuuden vaihtaminen toisesta tilitoimistosta

Kysymys 23 käsitteli puolestaan vastaajan halua siirtyä toisen tilitoimiston asiakkaaksi (Kuvio 16). Vastaajia oli 39 ja lähes kaikki heistä eivät ole valmiita vaihtamaan tilitoimistoa toiseen. 8 % vastasi harkinneensa vaihtamista toiseen tilitoimistoon. Syitä olivat seuraavat: *paremmat raportit/käyrät/tilinpäätösneuvottelut/vinkit mitä voisi kehittää; halvempien takia; sijainti, mutta palvelun laatu ja pitkään jatkunut toimiva asiakassuhde painavat enemmän.*



Kuvio 16. Asiakkuuden vaihtaminen toiseen tilitoimistoon

Kysymyksellä 24 haluttiin saada selville, millaisen arvosanan vastaaja antaa Tilitoimisto Eila Säkkielle (Kuvio 17). Vastaajia oli 39 ja heistä yli puolet antaa tilitoimistolle kiitettävän arvosanan. Hyvän arvosanan antaa noin 44 % vastaajista. Yhtään tyydyttävää tai huonoa arvosanaa ei annettu.



Kuvio 17: Yleisarvosana toimistolle

Viimeinen kysymys oli avoin, ja siinä vastaajat saivat antaa vapaasti palautetta tilitoimistolle tai esittää kehitysideoita. Vastaajia kysymykseen oli 11 ja palaute oli positiivista sekä muutamia kehitysideoita oli esitetty. Kahdeksan vastaajaa kiittelee palvelusta/toiminnasta kehuun muun muassa positiivista ilmapiiriä, joustavuutta ja ystävällisyyttä. Yhdessä kehitysideassa esitettiin sähköisten palveluiden kehittämistä siten, että raportit olisivat sähköisiä ja niistä voisi täten tehdä trendianalyyssejä. Toinen esitti taloushallinnon asioiden tarkastelua pääpiirteittäin kolmen kuukauden välein sekä kerran vuodessa kunnolla siten, että selviää, miten yrityksellä menee. Kolmas haluaa enemmän neuvontaa esimerkiksi siinä, mitä voisi tehdä toisin, jotta yrityksen talous saataisiin paremmaksi.

5 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

5.1 Tutkimustulosten johtopäätökset

Tilitoimisto Eila Säckisen asiakkaat ovat pääosin toiminimellä toimivia yksinyrittäjiä. Heidän tyytyväisyydestään palveluihin kertoo se, että asiakkuudet ovat pääosin kestäneet yli 15 vuotta. Kun tilitoimistoa on aikanaan valittu, on asiakkaiden päätökseen vaikuttaneet eniten ammattitaitoinen ja ystävällinen henkilökunta. Avoimet vastaukset kertovat siitä, että yrittäjäkollegoilta on saatu positiivisia suosituksia ryhtyä Tilitoimisto Eila Säckisen asiakkaaksi. Pienellä paikkakunnalla yrittäjä usein tunnetaan myös henkilökohtaisesti, joten kynnys asiakkuuteen on sitäkin kautta matala.

Tarpeisiin sopivat palvelut vaikuttavat myös suuresti päätöksessä valita tilitoimisto omalle yritykselle. Moni pienyrittäjä ei kaipaa niin monipuolisia palveluita vaan usein peruskirjanpito ja tilinpäätös riittävät heille. Tällöin pieni tilitoimistoyritys voi olla ensisijainen vaihtoehto. Avoimissa vastauksissa nousi esille myös se, että osa on jatkanut Tilitoimisto Eila Säckisen asiakkaana sukupolvesta toiseen. Tämä kertoo erittäin paljon asiakkaiden tyytyväisyydestä yritykseen. Tilitoimistopalveluiden käyttö on jakaantunut asiakkaiden keskuudessa erittäin tasaisesti kuukausikirjanpidon, tilinpäätöksen ja veroilmoituksen teon kesken. Juuri nuo palvelut ovatkin pääasialliset toiminnot, jotka yritykset haluavat tilitoimiston hoitavan heidän puolestaan.

Tilitoimisto Eila Säckisellä pidetään henkilökunnan palvelualttiutta, yhteistyön joustavuutta ja sujuvuutta sekä toimiston ilmapiiriä erinomaisina. Nämä ovat myös ne tekijät asiakastyytyväisyydessä, jotka ensimmäisenä huomataan ja niitä myös arvostetaan. Jos nämä asiat eivät ole asiakkaan mielestä hyvin, se vaikuttaa usein hänen päätökseensä pysyä kyseisen yrityksen asiakkaana. Vastaajat arvostavat tilitoimiston ominaisuuksista luotettavuutta ja asiantuntevaa palvelua kaikista eniten. Asiakasyrityksen on pystyttävä luottamaan siihen, että hänen yrityksensä asiat eivät leviä muille yrittäjille eikä muille ulkopuolisille.

Tärkeitä ominaisuuksia ovat myös palvelun ystävällisyys, henkilökunnan tavoitettavuus sekä töiden nopea hoitaminen.

Tilitoimiston asiakkaat ovat selkeästi tietoisia oman yrityksensä talouden tilasta ja tulevaisuuden näkymistä. Tämä onkin selvä asia, sillä kyllä yrittäjän on tunnettava oman yrityksensä tilanne. Raporttien tulkinnessa oli vastauksissa hie- man hajontaa. Noin puolet vastaajista osaa tulkita raportteja jonkin verran eli siitä voidaan päätellä, että suuri osa kaipaasi kuitenkin tulkitsemiseen jonkinlais- ta ohjausta ja neuvontaa. Muiden tapojen ehdotuksissa tuli esille graafisten ku- vioiden käyttö tuloksista. Osa meistä ihmisistä on visuaalisesti oppivia, joten osalle asiakkaista on varmasti selkeämpää nähdä luvut kuvioina ja he pystyvät saamaan niistä tarvittavan tiedon itselleen. Tässä olisikin tilitoimistolle vähän kehitettävää raporttien tuottamisessa.

Yli puolet vastaajista antoi tilitoimistolle yleisarvosanaksi kiitettävän ja loput heistä hyvän arvosanan. Tämä tulos kertoo erittäin selvästi siitä, että Tilitoimisto Eila Säckisen asiakkaat ovat tyytyväisiä kyseiseen toimistoon. Vastaajista 80 % on ollut koko ajan Tilitoimisto Eila Säckisen asiakas. Tämä kertoo myös asiak- kaiden tyytyväisyydestä ja siitä, että heillä ei ole ollut tarvetta vaihtaa tilitoimis- toa. Palaute avoimissa kysymyksissä on myös ollut erittäin positiivista. Se oli myös positiivista, että muutamia kehitysehdotuksia esitettiin. Niiden pohjalta tilitoimiston on hyvä lähteä kehittämään palveluitaan entistäkin paremmiksi. Nämä tutkimustulokset antavat Tilitoimisto Eila Säckiselle selkeän kuvan siitä, miten tyytyväisiä heidän asiakasyrityksensä ovat tilitoimiston tarjoamiin palve- luihin.

Tyytyväisyys kertoo siitä, että palvelun laadun kolme eri osatekijää ovat toteu- tuneet palvelutapahtumassa. Ylikosken (2001, 118) mukaan palvelun lopputu- los, palveluprosessin sujuvuus sekä asiakkaan mielikuva yrityksestä vaikuttavat suuresti asiakaspalvelun laatuun. Tutkimuksen tuloksista selviää, että asiakkai- den mielikuva kyseessä olevasta tilitoimistosta on positiivinen. Yhtään negatii- vista kommenttia ei tullut tutkimuksessa esille. Palveluprosessin sujuvuudesta kertovat palvelun nopeuden, henkilökunnan palvelualttiuden sekä yhteistyön

joustavuuden ja sujuvuuden saamat erinomaiset/hyvät arvosanat. Palvelun lopputulos määräytyy näiden edellä mainittujen seikkojen toteutuessa, kuten myös asiakkaan kokeman palvelun laadun myötä. Myös palvelun laatu sai tässä tutkimuksessa pääosin hyviä arvosanoja.

Kuitenkaan ei kannata tuudittautua siihen, että asiakkaat tulevat jatkossakin olemaan yhtä tyytyväisiä ilman mitään lisäponnistuksia. Toimintaa voi aina kehittää paremmaksi, ja siihen tutkimuksen puitteissa annetut kehitysideat antavat tilitoimistolle arvokkaita vinkkejä tulevaisuutta varten. Jo kyselyn saatekirjeessä (Liite 1) luvattu toiminnan kehittäminen kyselyn tulosten perusteella antaa lupauksen asiakkaalle yhä paremmasta palvelusta. Tämä vaikuttaa asiakaskokemukseen, kuten Löytänä ja Kortesus (2011, 179) toteavat. Näin ollen tilitoimiston on pohdittava huolella asiakkaiden antamia kehitysehdotuksia ja kehitettävä niiden pohjalta omaa toimintaansa ja palvelujansa entistä paremmiksi.

5.2 Pohdinta

Kaiken kaikkiaan tämä opinnäytetyöprosessi on ollut haastava ja mielenkiintoinen. Aluksi oli vaikeaa löytää sopiva aihe opinnäytetyölle, mutta onnekseni työharjoittelupaikan saaminen tilitoimistosta ratkaisi yllättäen tämän ongelman. Tilitoimistossa ei aikaisemmin ollut tehty asiakastyytyväisyyskyselyä, joten tämä soveltui mainiosti opinnäytetyöni aiheeksi. Mielenkiintoa asiaan lisäsi juurikin sen, että asiakkaiden tyytyväisyydestä ei ollut mitään selkeätä tietoa aiemmin. Tämän tutkimuksen tuloksia odotettiin siis erittäin suurella mielenkiinnolla.

Haastavaa oli löytää sopivia ja tuoreita lähteitä teoriaosioon, mutta loppujen lopuksi niitä löytyi ihan mukavasti. Tutkimuksen suunnittelu ja toteutus sujuivat oikein hyvin yhteistyössä tilitoimiston henkilöstön kanssa, sekä myös hyvässä aikataulussa. Tutkimuksen vastausprosentti, 53 %, oli hyvä, vaikka toiveissa oli saada mahdollisimman suuri määrä vastauksia. Kyselyn ajankohta juuri heinäkuussa vaikutti varmasti vastausprosenttiin, sillä moni yrittäjä pitää todennäköisesti juuri silloin vapaata/lomaa. Suurin tekijä vastausprosentin pienuuteen on kuitenkin se tosiasia, että nykyään kaikenlaisia kyselyitä lähetetään ihmisille

suuria määriä. Näin ollen kyselyihin vastaaminen ei kiinnosta enää juurikaan ihmisiä.

Tutkimuksen eettisyys toteutui omassa tutkimuksessani siten, että noudatin eettisiä periaatteita. Tiedonkeruussa ja analyysien teossa käytin tieteellisiä menetelmiä. Tein tutkimuksen niin, etten vääristellyt tutkimustuloksia, vaan kerroin asiat sellaisina kuin ne tuloksissa esiintyivät. Käytin myös lähteitä siten, että merkitsin lähdeviitteet huolellisesti ja tarkasti. Asiakastyytyväisyyskyselyn toteutin anonymisti, eli vastauksia ei voida yhdistää mitenkään kyselyn vastaajiin. Haastateltavilta kysyin luvan materiaalin esittämiseen ja nimien paljastamiseen. Tärkeää oli sekä kyselyssä että haastatteluissa kertoa tutkittaville, että käsittelem heidän antamiaan vastauksia luottamuksellisesti enkä paljasta vastauksien ja vastaajien yhteyttä tilitoimiston työntekijöille enkä kirjoita niistä itse tutkimuksessa. Vain siten pystyin saamaan rehellisiä vastauksia asettamiini kysymyksiin. Tässä mielessä oli hyvä, että työharjoitteluni oli jo ohi, ja pystyin sanomaan tekeväni tätä tutkimusta tilitoimiston ulkopuolisena henkilönä.

Tutkimuksen luotettavuus toteutui siten, että valitsin tutkimusmenetelmäksi sen, joka parhaiten soveltuu kyseisen aiheen tutkimiseen. Tutkimuksen kysymykset laadin huolellisesti siten, että ne mittasivat juuri sitä asiaa mitä oli tarkoituskin eikä epäselvyyden vaaraa ollut. Tekemieni ratkaisujen huolelliset perustelut ja tutkimuksen vaiheiden tarkka dokumentointi takasivat myös tutkimuksen luotettavuuden. Kaikki edellä mainitut asiat takaavat tutkimuksen validiteetin ja reliabiliteetin kuten Kananen (2011) kirjassaan kertoo. Kyselyn vastausprosentti oli 53 %, jota voidaan pitää hyvänä lukuna. Näin ollen saatuja tuloksia voidaan pitää luotettavina.

Mielenkiintoista olisi toistaa saman tyyppinen asiakastyytyväisyyskysely vuoden tai parin kuluttua, eri ajankohtana, jos vastausprosentti saataisiin täten korkeammaksi. Jos tilitoimisto kehittää vastaajien ehdotusten perusteella omaa toimintaansa tulevaisuudessa, voisi olla paikallaan suorittaa asiakastyytyväisyyskysely muutaman vuoden päästä koskien juuri näitä muutoksia. Tuloksissa nousi yksittäisenä asiana esille toimiston näkyvyys, joka sai niin sanotusti huonoimmat arvosanat vastaajien keskuudessa (ks. kuvio 7 sivulla 27). Kun pohdimme opinnäytetyön aihetta yhdessä tilitoimiston omistajan kanssa, heitin ilmaan ajatuksen kotisivujen tekemisestä yritykselle. Yrityksen omat kotisivut toisivat varmasti näkyvyyttä yritykselle enemmän ja sitä kautta ihmiset saisivat tietoa kyseisen tilitoimiston palveluista. Tässä olisi yksi kehittämiskohde ja jatkotutkimusaihe tulevaisuutta ajatellen.

LÄHTEET

Ammattinetti 2009. Taloushallinto. Viitattu 1.1.2016

<http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/6d91ff7ac0315a8d0144dd9038a77bb1?link=true>

e-conomic 2012. Asiakastyytyväisyys – Mitä tarkoittaa asiakastyytyväisyys?

Viitattu 1.1.2016 <https://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/asiakastyytyvaisyys>

e-conomic 2014. Tilinpäätös – Mitä on tilinpäätös? Viitattu 5.1.2016

<https://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/tilinpaatos>

Fischer, M. & Vainio, S. 2014. Potkua palvelubisnekseen. Asiakaskokemus luodaan yhdessä. Helsinki: Talentum.

Jormakka, R., Koivusalo, K., Lappalainen, J. & Niskanen, M. 2009. Laskenta-toimi. Helsinki: Edita.

Kananen, J. 2008. Kvali. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2011. Kvantti. Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kinnunen, J., Laitinen, E.K., Laitinen, T., Leppiniemi, J & Puttonen, V. 2006. Mitä on yrityksen taloushallinto? 3. korjattu painos. Helsinki: KY-palvelu.

Löytänä, J. & Kortesoja, K. 2011. Asiakaskokemus. Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.

Rissanen, T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Jyväskylä: Pohjantähti.

Simson, N. 2013. Creating a customer experience culture. B & T Weekly, Jun 19, 2013.

Säkkinen, E. 2015. Kysymykset 1. Email eija.satu.k@gmail.com 13.12.2015. Tulostettu 14.12.2015.

Säkkinen, E. 2016. Tilitoimisto Eila Säkkinen. Yrittäjän haastattelu 27.9.2016.

Taloushallintoliitto. 2015. Tilitoimiston palvelut. Viitattu 5.1.2016

<https://taloushallintoliitto.fi/tilitoimistoasiointi/tilitoimiston-palvelut>

Tilitoimistoja.fi. 2011. Tilitoimisto yrittäjän tukena – Mikä on tilitoimisto. Viitattu 5.1.2016 <http://www.tilitoimistoja.fi/tilitoimisto>

Tomperi, S. 2012. Käytännön kirjanpito. 20. uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Tuomi, J & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

Viitala, J. 2006. Yrittäjän taloushallinnon perusteet. Helsinki: Tietosanoma.

Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko asiakas? Toinen uudistettu painos. Helsinki: KY-palvelu.

Yritys-Suomi 2011. Työ- ja elinkeinoministeriö. Asiakastyytyväisyys. Viitattu 1.1.2016 <https://www.yrityssuomi.fi/asiakastyytyvaisyys>

LIITTEET

Liite 1 Saatekirje kyselylomakkeelle

Liite 2 Kyselylomake

Liite 3 Ensimmäinen muistutuskirje

Liite 4 Toinen muistutuskirje

Liite 1

Arvoisa vastaaja

Opiskelen Lapin ammattikorkeakoulussa Liiketalouden Tradenomin AMK-tutkintoon johtavassa koulutuksessa. Teen opinnäytetyönäni **asiakastyytyväisyystutkimuksen** toimeksiantajalleni **Tilitoimisto Eila Säkki-selle**. Tämän tutkimuksen tavoitteena on **kehittää tilitoimiston palvelu- ja kartoittamalla tilitoimiston asiakkaiden tyytyväisyyttä** toimiston tarjoamiin palveluihin sekä selvittämällä mahdollisia **kehitysideoita**.

Opinnäytetyö toteutetaan verkossa tapahtuvana **kyselytutkimuksena, johon kutsun Teidät osallistumaan**. Pääsette vastaamaan kyselyyn kirjeen lopussa olevasta linkistä. Osallistuminen kyselyyn on **vapaaehtoista ja täysin luottamuksellista**, sillä tilitoimiston työntekijät eivät tule näkemään vastauslomakkeita. Toivon vastaustanne, sillä **kaikki vastaukset ovat arvokkaita ja siten voitte vaikuttaa saamaanne asiakaspalveluun tulevaisuudessa**.

Halutessanne voitte osallistua arvontaan, jossa palkintona on 100 euron arvoisen hyvitys kirjanpitolaskuunne. Arvonta suoritetaan kyselyn päätyttyä ja voittoa jalle ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

Kyselyyn vastaamiseen kuluu aikaa noin 10 minuuttia. Pyydän Teitä vastaamaan kyselyyn **19.7.2016 mennessä**.

Jos Teillä on jotain kysyttävää tähän tutkimukseen/kyselyyn liittyen, vastaan mielelläni kysymyksiinne.

Kiitos vastauksestanne!

Ystävällisin terveisin

Eija Kela

Liite 2 1(7)

Asiakastyytyväisyyskysely

Taustatiedot

1. Yrityksenne yhtiömuoto

- ☐ Oy
- ☐ Ky
- ☐ Ay
- ☐ Toiminimi
- ☐ Osuuskunta
- ☐ Yhdistys

2. Henkilökunnan lukumäärä yrittäjä(t) mukaan lukien

- ☐ Yksinyrittäjä
- ☐ 2 - 3
- ☐ 4 - 6
- ☐ 7 - 10
- ☐ Yli 10

3. Kuinka kauan yrityksenne on ollut toiminnassa?

- ☐ Alle vuoden
- ☐ 1 - 5 vuotta
- ☐ 6 - 10 vuotta
- ☐ 11 - 15 vuotta
- ☐ Yli 15 vuotta

Liite 2 2(7)

4. Kuinka kauan yrityksenne on ollut tilitoimistomme asiakkaana?

- ☐ Alle vuoden
- ☐ 1 - 5 vuotta
- ☐ 6 - 10 vuotta
- ☐ 11 - 15 vuotta
- ☐ Yli 15 vuotta

Tilitoimistopalvelut**5. Mikä/mitkä tekijät vaikuttivat päätökseenne tilitoimiston valinnassa? Voitte valita useamman vaihtoehdon.**

- ☐ Ammattitaitoinen henkilökunta
- ☐ Ystävällinen henkilökunta
- ☐ Yrityksen sijainti (pysäköinti ym.)
- ☐ Yrityksen koko
- ☐ Yrityksen maine
- ☐ Tarpeisiin sopivat palvelut
- ☐ Palveluiden hinnoittelu
- ☐ Muu, mikä? _____

6. Mistä saitte tietoa Tilitoimisto Eila Säkkinen palveluista?

Liite 2 3(7)

7. Millaisia tilitoimistopalveluja käytätte tällä hetkellä?

- ☐ Kuukausikirjanpito
- ☐ Palkanlaskentapalvelut
- ☐ Tilinpäätös
- ☐ Veroilmoitus
- ☐ Muut palvelut, mitä? _____

8. Vastaavatko nykyiset palvelut tarpeitanne?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei
- ☐ En osaa sanoa

9. Millaisia palveluita haluaisitte toimistomme Teille tarjoavan?

10. Millaisen arvosanan annatte seuraaville toimistoomme ja palveluihimme liittyville tekijöille?

Vastatkaa asteikolla 1 - 4 (4 = erinomainen, 3 = hyvä, 2 = tyydyttävä, 1 = välttävä, eos = en osaa sanoa)

	4	3	2	1	eos
Henkilökunnan ammattitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan palvelualttius	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan tavoitettavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelun nopeus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelun laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yhteistyön joustavuus ja sujuvuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nykyaikaiset ohjelmat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Liite 2 4(7)

Toimiston sijainti	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Toimiston ilmapiiri (helppo asioida yms.)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Toimitilojen viihtyisyys	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
Toimiston näkyvyys (mainonta yms.)	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>

11. Kuinka tärkeänä pidätte seuraavia tilitoimiston ominaisuuksia?

Vastatkaa asteikolla 1 - 4 (4 = erittäin tärkeä, 3 = tärkeä, 2 = vähemmän tärkeä, 1 = ei tärkeä, eos = en osaa sanoa)

	4	3	2	1	eos
Asiantunteva palvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ystävällinen palvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Työt hoidetaan nopeasti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tavoitettavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luotettavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hinta-laatusuhde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Edullinen hinnoittelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Koetteko olevanne tietoinen yrityksenne talouden tilasta ja tulevaisuuden näkymistä?

- ☐ Kyllä
- ☐ En
- ☐ En osaa sanoa

13. Koetteko saavanne tarpeeksi neuvontaa ja ohjausta tilitoimistoltamme taloushallintoon liittyviin ongelmiin?

- ☐ Kyllä
- ☐ En, mitä toivoisitte? _____
- ☐ En osaa sanoa

Liite 2 5(7)

14. Koetteko tilitoimistomme vaativan Teiltä asiakkaana liikaa (tarkat selvitykset ostoksista yms.)?

- ☐ Kyllä, perustelut _____
- ☐ En
- ☐ En osaa sanoa

Kirjanpidon raportit

15. Osaatteko mielestänne tulkita kirjanpidon raportteja riittävän hyvin?

- ☐ Osaan
- ☐ Osaan jonkin verran
- ☐ En osaa

16. Miten raporttien luettavuutta voitaisiin mielestänne parantaa?

- ☐ Perehdyttäminen
- ☐ Raporttien tulkitseminen yhdessä kirjanpitäjän kanssa
- ☐ Muulla tavoin, miten? _____
- ☐ En osaa sanoa

17. Kuinka usein haluaisitte käydä raportteja läpi kirjanpitäjänne kanssa?

- ☐ Kuukausittain
- ☐ Kolmen kuukauden välein
- ☐ Pari kertaa vuodessa
- ☐ Kerran vuodessa

18. Mikä on mielestänne paras tapa toimittaa raportit nähtäväksenne?

- ☐ Sähköpostilla
- ☐ Paperisena

Liite 2 6(7)

Muut asiat

19. Mistä muista asioista haluaisitte keskustella kirjanpitäjänne kanssa?**Tässä muutamia esimerkkejä, joista voitte valita halutessanne useampia vaihtoehtoja.**

- ☐ Sukupolven vaihdos
- ☐ Yritysmuodon muutos
- ☐ Eläkeasiat
- ☐ Muut asiat, mikä? _____
- ☐ Ei tarvetta

20. Palvelevatko tilitoimistomme aukioloajat Teitä?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei, ehdotuksia aukioloajaksi? _____
- ☐ En osaa sanoa

21. Miten mieluiten haluaisitte meidän olevan Teihin yhteydessä?

- ☐ Sähköpostilla
- ☐ Puhelimitse

22. Oletteko vaihtaneet toisesta tilitoimistosta meidän toimistoomme?

- ☐ Kyllä, miksi? _____
- ☐ En

23. Oletteko harkinneet vaihtavanne tilitoimistostamme toiseen tilitoimistoon?

- ☐ Kyllä, miksi? _____
- ☐ En

Liite 2 7(7)

24. Minkä yleisarvosanan antaisitte tilitoimistollemme?

- ☐ Kiitettävä
☐ Hyvä
☐ Tyydyttävä
☐ Huono, miksi? _____

25. Tähän voitte kirjoittaa vapaasti ruusuja tai risuja palveluistamme taikka kehitysideoita palveluidemme kehittämiseksi.

26. Jos haluatte osallistua arvontaan, täyttäkää yhteystietonne. Arvonnan palkintona on 100 euron arvoinen hyvitys kirjanpitolaskuunne. Arvonta suoritetaan kyselyn päätyttyä ja voittajalle ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

Etunimi _____
Sukunimi _____
Puhelin _____
Sähköposti _____

Kiitos vastauksestanne!

Tallentakaa vastauksenne painamalla "Lähetä"

Liite 3

Hyvä Tilitoimisto Eila Säkkinen asiakas!

Lähetin Teille noin viikko sitten verkkokyselyn kartoittaakseni tyytyväisyyttänne Tilitoimisto Eila Säkkinen tarjoamiin palveluihin. Jos ette ole vielä ehtineet vastata kyselyyn, toivon, että vastaisitte siihen **19.7.2016 mennessä**. Toivoisin, että kaikki asiakkaat vastaisivat kyselyyn, jotta saamme kyselyn tuloksista **mahdollisimman luotettavia**. Näin tilitoimisto saa **paremmat mahdollisuudet toimintansa kehittämiseen** Teidän toiveidenne mukaisesti.

Tämän kirjeen lopusta löydätte linkin, jota klikkaamalla pääsette vastaamaan kyselyyn.

Mukavaa kesän jatkoa!

Ystävällisin terveisin
Eija Kela

Liite 4

Hyvä Tilitoimisto Eila Säkkinen asiakas!

Muistutan vielä Teitä asiakastyytyväisyyskyselyyn vastaamisesta, sillä tutkimuksen kannalta on **erittäin tärkeää saada mahdollisimman monelta asiakkaalta vastaus** tähän kyselyyn. Vastausaikaa on **19.7.2016** saakka, johon mennessä pyydän Teitä osallistumaan kyselyyn. Halutessanne voitte osallistua arvontaan, jossa arvotaan kaikkien yhteystietonsa jättäneiden kesken 100 euron hyvitys kirjanpitolaskuun.

Tämän kirjeen lopusta löydätte linkin, jota klikkaamalla pääsette vastaamaan kyselyyn.

Mukavaa kesän jatkoa!

Ystävällisin terveisin
Eija Kela